

Міністерство освіти і науки України  
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

СТЕФАНОВА НАТАЛІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 81'372:141.311

## ДИСЕРТАЦІЯ

ЕТНОСЕМІОМЕТРИЧНА ПАРАМЕТРИЗАЦІЯ АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР  
У БРИТАНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ

10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство

10.02.21 – структурна, прикладна та математична лінгвістика

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,  
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ Н. О. Стефанова

Науковий консультант: Корольова Алла Валер'янівна, доктор філологічних  
наук, професор

Київ – 2020

## АНОТАЦІЯ

*Стефанова Н.О.* Етносеміотрична параметризація аксіоконцептосфер у британській та українській лінгвокультурах. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук зі спеціальностей 10.02.17 – порівняльно-історичне і типологічне мовознавство; 10.02.21 – структурна, прикладна та математична лінгвістика. – Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, Київ, МОН України, 2020.

У дисертації запропоновано новий напрям когнітивної лінгвокомпаративістики – “етносеміотрична лінгвоаксіологія”, з позицій якого розроблено нову теорію для реконструкції інфраструктури людського розуму як планетарної інформаційної системи в її тісних зв’язках із космічними законами (ноосфера – аксіосфера – аксіоконцептосфера) шляхом вимірювання світоглядних ціннісних смислів представників британської й української лінгвокультур, що склалися домінували в їхній свідомості в різні діахронно-синхронні періоди (в добу індоєвропейської спільноти, нащадками яких вони є, в періоди прагерманської і праслов’янської мовнокультурних єдностей, в періоди розвитку національних мов) і закріпилися у формі й значенні (в тому числі й асоціативному) тих слів, які згодом у кожній національній мові набули статусу концептуальних утворень ментального характеру і матричного формату.

Якісно *уточнено* визначення аксіоконцептосфери як ментального конструкту – польової моделі (мотиваційного континууму), утвореного на основі взаємодії етнічних констант і культурно-ціннісних домінант британців і українців, фіксаторами яких є базові аксіоконцепти TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ, що є структурою знань з інформацією двох ярусів: етимологічного (де збережені етнічні константи – архетипи позасвідомого) і актуального (багатовимірного поєднання ціннісно-поняттєвого, ціннісної-оцінного і ціннісно-образного компонентів, які відображають національно-культурні домінанти на різних

етапах етногенезу і визначають моделі поведінки етносів у конкретний період).

*Уперше* в науковий обіг лінгвоаксіології, когнітивної мотивології й зіставно-параметричної типології *введено* термін “етносеміометрична параметризація” як найбільш оптимальної дескрипції для пояснення етапів і схем конструювання мотиваційного континууму калейдоскопічної матриці ціннісних смислів буття британців й українців; *сформульоване* нове визначення поняття “мотиваційний континуум аксіоконцептосфери”, що організований за прототипно-польовим принципом із ядерним (-ми) центром (-ами) і гнучкою інваріантно-варіантною периферією, де відбувається безкінечна холістично-синергетична конфігурація пов’язаних між собою мотивів, наче кольоровий спектр (калейдоскоп) їхньої взаємодії і водночас джерело надскладних або більш простих ціннісних конструктів-концептів; *розроблено* методологічне підґрунтя для виконання етносеміометричної параметризації мотиваційної ядерно-периферійної (інваріантно-варіантної) матричної моделі аксіоконцептосфери в англійській та українській мовах; *укладено* електронну анкету в системі Google Forms (<https://docs.google.com/forms/u/0/>) для проведення психолінгвістичного експерименту з британцями й українцями на предмет реконструкції ціннісних доміант, відображених в їхній мовній свідомості.

*Уперше здійснено* діяхронно-синхронну етносеміометрію ядра й інваріантно-варіантної периферії матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ й *унаочнено* їхні холістично-синергетичні зв’язки в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер британців і українців. *Проведено* психолінгвістичний експеримент із британцями й українцями й *опрацьовано* його результати за допомогою комп’ютерного інформаційно-аналітичного сервісу СТИМУЛУС; *побудовано* асоціативні поля доменів “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” та імен матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ з їх бінарними

парами й синонімічними відповідниками; *виміряно* індекси продуктивності наданих респондентами асоціатів для категорійно-ціннісних доменів-стимулів “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” в їх екстраполяції на етнічні константи й культурно-ціннісні доміанти британців й українців; *представлено* зіставну когнітивно-семантичну параметризацію мотиваційних доменів й імен ціннісних концептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ як діахронно-синхронно-асоціативних конструктів калейдоскопічної матриці мотиваційного континууму аксіоконцептосфер в англійській та українській мовах; *схарактеризовано* закономірності й відмінності у формуванні етнічних констант і культурно-ціннісних доміант в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер британців й українців.

Здійснено параметризацію ціннісного діахронійного ядра субматриць аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНИ, збереженого й відображеного у свідомості британців й українців, що формувалося шляхом послідовного становлення світоглядних цивілізаційних засад БУТТЯ, яке в британській культурі уособлено в одному аксіоконцепті TRUTH, а в українській – у двох концептах ІСТИНА і ПРАВДА, поступова смислова семантизація якого у свідомості як британців, так і українців відбувалася на основі відчуття віри їхніх пращурів-індоєвропейців, а згодом прагерманців і праслов'ян. *Зафіксовано*, що первісні космогонічні уявлення про віру розчинилися уже в християнсько-біблійній свідомості британців у трьох позначеннях: дериваті *trust* та запозичених із латини в англійську мову лексемах *belief, faith*, зберігаючи при цьому тісні семантичні зв'язки з індоєвропейськими першозначеннями, а в українців – в одній – лексемі *віра*.

*Установлено*, що перші ціннісно-світоглядні уявлення про такі поняття, як “good” / “добро”, є семантичними трансформами попередніх першозначень індоєвропейських, прагерманських і праслов'янських етимонів. Етимологічні версії першозначень і.-є. реконструйованих коренів для лексеми *good* і слов'янської лексеми *god* надали змогу визначити ядерну

етнічну ціннісну константу, що символізує ідею єднання як між собою, так і єднання з божеством для пізнання істини та віри в неї і, головне, для отримання від цього єднання матеріальних благ як винагороди за шанування порядку й водночас відчуття задоволення, тобто морально-духовного блага. Поступово в давньоанглійській мові лексема *gōd* розширює свою семантичну структуру і набуває значень “чудовий; цінний; бажаний, сприятливий, корисний”; “доброзичлива, добродісна, обоженна / божественна людина”. У праслов’ян добро формувалося теж через ідею отримання благ від Дажьбога, який дарував багатство й наділяв добром, що підтверджується закономірними переходами реконструйованих для лексем *добрий* і *добро* і.-є. коренів *\*dhabh-/dhābh* та їх праслов’янських рефлексів *\*dobrъ(jь) / \*dobrъ* в і.-є. корінь *\*bhag-* і, відповідно, псл. корінь *\*bogъ* “бог” з його дериватами: псл. *\*bogatъ* “богатий” (букв. “той, що перебуває під опікою богів”), псл. *\*sъbožъje* (укр. *збіжжя*) “щастя, багатство”. Семантичні паралелі і.-є. *\*d*-коренів простежуються в прагерманських і праслов’янських рефлексах, об’єднаних загальним значенням “творити” з його семантичними переходами у “те, що створено з чогось і набуло зовнішньої форми”. Це пояснює той факт, що в індоєвропейських мовах численні фонеморфологічні й семантичні трансформовані похідні стали основою для первісних уявлень прагерманців і праслов’ян про BEAUTY/КРАСУ як акт творення зовнішнього (світоустрою і порядку) і внутрішнього світу (гармонії/морального задоволення) за космічними законами. Подальший аналіз і.-є. *\*d*-коренів зі значенням “творити” підтвердив припущення про усвідомлену потребу диференціації речей на ті, що приносили задоволення й сприймалися як корисні, й на ті, що були несприятливими. Ці значення реконструюються для запозиченої з латини в англійську мову лексеми *benefit* і на базі яких світоглядно закладалося розуміння поняття “діяльності” й водночас задоволення від результату, тобто користі. В українській мові спостерігаються етимологічні зв’язки лексеми *користь* з праслов’янськими формами *\*koristъ / \*koristъ / \*korystъ, \*koristati / \*koristiti*, первісна семантика яких “захопити, здобути”

була пов'язана з позначенням цими лексемами уявлень про матеріальну здобич у результаті військових агресивних дій.

Навколоядерна зона континуумів аксіоконцептосфер утворювалася на основі подальшої менталізації й концептуалізації ціннісних першозначень уже безпосередньо в кожній лінгвокультурі (шляхом розщеплення еквіполентності значень та їх протилежної фіксації в різних іменах концептів: від давнього стану – до сучасного, де переходи відповідних семантичних континуантів проходили у трьох напрямках: 1) абстракції, 2) конкретизації-специфікації, 3) термінологізації, зберігаючи ядерні етнічні константи й водночас випромінюючи нові, уже національно-культурні, смислові домінанти.

Етносеміометрія індивідуальної (асоціативної) складової британської й української аксіоконцептосфер здійснена в роботі за допомогою проведення асоціативного експерименту із залученням універсального інструмента Google Forms, в якому взяли участь 105 британців і 110 українців.

Отримані експериментальні результати за асоціативними значеннями імен чотирьох досліджуваних концептів продемонстрували те, що вони є семантичними переходами інваріантних першозначень і значно ширшими за лексикографічні сучасні й вузькоспеціальні (фахові, термінологічні) значення. Усі типи ціннісних значень є смислоутворюваним складником мотиваційно-континуумної структури аксіоконцептосфер британців й українців, які демонструють те, що чотири ядерні базові ціннісні концепти перебувають між собою у когнітивно-матричних і холістично-синергетичних відношеннях, конфігурація яких утворює модель мозаїки калейдоскопу кожної лінгвокультури.

*Дістали подальшого розвитку* теоретичні положення концепції ноосфери В. Вернадського й ментальних просторів Ж. Фоконьє і М. Тернера в аспекті наукового витлумачення такого поняття, як аксіоконцептосфера, що формувалася під впливом синергії фундаментальної трихотомії, що безпосередньо пов'язана із ноосферою: Природа (первісні умови життя

людини в її зв'язках із навколишнім середовищем – константи) – Культура (артефакти матеріальної і духовної діяльності людини, соціально-історичні, естетичні, моральні цінності, які відрізняють різні покоління одного народу й різні етноспільноти – домінанти) – Пізнання (колективні й індивідуальні результати ціннісного світосприйняття є відмінними для різних людей як усереднені одного мовного колективу, так і між етнічними спільнотами – константи й домінанти).

## SUMMARY

*Stefanova N.O.* Ethnosemiometric parametrisation of axioconceptosphere in the British and Ukrainian linguocultures. – Manuscript.

Thesis for a Doctoral Degree in Philology, Specialty 10.02.17 – Comparative, Historical and Typological Linguistics, 10.02.21 – Structural, Applied and Mathematical Linguistics. – National Pedagogical Dragomanov University, Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine, 2020.

The thesis presents a new research field of cognitive linguocomparative studies – “ethnosemiometric linguistic axiology”, from the standpoint of which a new theory is developed to reconstruct the infrastructure of the human mind as a planetary information system in its close connections with cosmic laws (noosphere-axiosphere-axioconceptosphere) by measuring the worldview value senses of the representatives of British and Ukrainian linguocultures. These senses originated and dominated in their consciousness in different diachronic and synchronic periods (in the era of the Indo-European community, the descendants of which they are, in the periods of Proto-Germanic and Proto-Slavic linguistic and cultural unity, during the development of national languages) and were fixed in the form and meaning (including associative) of those words that later acquired the status of conceptual formations of a mental nature and matrix format in each national language.

The definition of the axioconceptosphere is qualitatively *clarified* as a mental construct – field model (motivational continuum) formed on the basis of the interaction of ethnic constants and cultural and value dominants of the British and Ukrainians, the fixators of which are the basic axioconcepts TRUTH / ИСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ. That is the structure of knowledge with information of two tiers: etymological (where ethnic constants are preserved – the archetypes of the unconscious) and actual (a multidimensional combination of value-conceptual, value-evaluative and value-figurative components that reflect national and cultural dominants at different



stages of ethnogenesis and determine the behaviour patterns of ethnic groups in a particular period).

For the first time, the term “ethnosemiometric parameterisation” is *introduced* into scientific use of linguistic axiology, cognitive motivology and comparative and parametric typology as the most appropriate description for explaining the stages and schemes of constructing a motivational continuum of the kaleidoscopic matrix of value senses of the British and Ukrainians existence. A new definition of the concept “motivational continuum of the axioconceptosphere” is *formulated*, which is organized according to the prototype-field principle with a core centre(-s) and a flexible invariant-variant periphery, with an infinite holistic and synergetic configuration of related motives, like a colour spectrum (kaleidoscope) of their interaction and at the same time a source of super-complex or simpler value constructs-concepts. The methodological basis has been *developed* for performing ethnosemiometric parameterisation of the motivational core and peripheral (invariant-variant) model of axioconceptosphere in the English and Ukrainian languages. To conduct a psycholinguistic experiment with the British and Ukrainians on the subject of reconstruction of dominant values reflected in their language consciousness, the electronic questionnaire has been *composed* in the Google Forms (<https://docs.google.com/forms/u/0/>) as the final stage of the model construction.

For the first time, diachronic and synchronic ethnosemiometry of the core and invariant-variant periphery of the matrix axioconcepts TRUTH / ИСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ is *performed* and their holistic and synergetic relationships in the motivational continuum of the axioconceptospheres of the British and Ukrainians are clearly *revealed*. A psycholinguistic experiment was *conducted* with the British and Ukrainians and its results were *processed* via the computer information and analytical service STIMULUS. The associative fields of the domains “Interest”, “The Meaning of the Interest”, “The Result of the Interest” and the names of the matrix axioconcepts TRUTH / ИСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT /

КОРИСТЬ with their binary pairs and synonymous correspondences are *constructed*. We measured the indices of productivity of associations provided by the respondents for categorial and value domains-stimuli “Interest”, “The Meaning of the Interest”, “The Result of the Interest” in their extrapolation to ethnic constants and cultural and value dominants of the British and Ukrainians. The study *carried out* the comparative cognitive-semantic parameterisation of motivational domains and names of value concepts TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ as the diachronic-synchronic-associative structures of the kaleidoscopic matrix of the motivational continuum of axioconceptospheres in the English and Ukrainian languages. The regularities and differences in the formation of ethnic constants and cultural-value dominants in the motivational continuum of the axioconceptosphere of the British and Ukrainians are *defined*.

Parametrisation of the value diachronic core of the submatrices of the axioconcepts TRUTH / ІСТИНА, preserved and reflected in the minds of the British and Ukrainians, which was formed by the consistent formation of the worldview civilizational foundations of Entity (Existence), is embodied in one axioconcept TRUTH in the British culture and in two concepts in the Ukrainian culture – ІСТИНА and ПРАВДА. The gradual semantization of this axioconcept in the minds of both British and Ukrainians occurred on the basis of faith of their ancestors-Indo-Europeans, and subsequently, the Proto-Germanic and Proto-Slavic. It is *recorded* that the primitive cosmogonic ideas about faith have transformed in the Christian-biblical consciousness of the British into three designations: the derivative *trust* and the lexemes *believe*, *faith* borrowed from Latin into English, while maintaining close semantic ties with Indo-European primary meanings, and in the Ukrainians’ consciousness – in the one lexeme *віра*.

It is *established* that the first value worldview ideas about such notions as “good”/ “добро” are semantic transformations of the previous primary meanings of Indo-European, Proto-Germanic and Proto-Slavic etymons. Etymological versions of the primary meanings of I.-E. reconstructed roots for the lexeme *good*

and the Slavic lexeme *zod* provided an opportunity to define a core ethnic value constant. It symbolizes the idea of unity with each other and unity with the deity for the cognizing the truth and faith in it and, most importantly, receiving material well-being as a reward for respecting the order and at the same time a sense of satisfaction, that is moral and spiritual good. Gradually, in Old English the lexeme *gōd* expands its semantic structure and acquires the meanings “wonderful; valuable; desirable, favourable, useful”; “benevolent, virtuous, deified / divine person”.

Among the Proto-Slavic people, good was also formed through the idea of receiving benefits from Dazhbog, who gave wealth and good. It is confirmed by the natural transitions of the reconstructed I.-E. roots *\*dhabh-/dhābh-* and their Proto-Slavic reflexes *\*dobrъ(jъ) / \*dobrъ* into I.-E. root *\*bhag-* and, accordingly, Proto-Slavic root *\*bogъ* “бог” with its derivatives: Proto-Slavic *\*bogatъ* “rich” (“one who is under the care of the gods”), Proto-Slavic *\*sъbožъje* (Ukr. “grain”) “happiness, wealth” for the lexemes *добрый* and *добро*. Semantic parallels of I.-E. *\*d-*roots can be traced in Proto-Germanic and Proto-Slavic reflexes, united by the common meaning “create” with its semantic transitions to “that is created from something and has acquired an external form”. It explains the fact that numerous phonomorphological and semantic transformed derivatives became the basis for the primitive ideas of Proto-Germanic and Proto-Slavic people about BEAUTY / КРАСА as an act of creating the external (world structure and order) and inner world (harmony/moral satisfaction) according to cosmic laws in Indo-European languages. Further analysis of I.-E. *\*d-*roots with the meaning “create” confirmed the assumption that there is a conscious need to differentiate things into those which brought pleasure and were perceived as useful, and those that were unfavourable. These meanings are reconstructed for the lexeme *benefit* borrowed from Latin into English. They made the basis for understanding of the concept “activity” and at the same time the pleasure of the result, that is benefit. In the Ukrainian language, there are etymological connections of the lexeme *користь* with the Proto-Slavic forms *\*koristъ / \*koristъ / \*korystъ, \*koristati / \*koristiti*, the

original meaning of which “seize, get” was associated with the designation by these lexemes of idea about material plunder as a result of military aggressive actions.

The near-core zone of continuums of axioconceptospheres was formed on the basis of further mentalization and conceptualization of value primary meanings in each linguoculture (by splitting the equipollence of meanings and their opposite fixations in different names of concepts: from the ancient state to the modern, where the transitions of the corresponding semantic continuants were in three directions: 1) abstraction, 2) concretization and specification, 3) terminologization, preserving core ethnic constants and at the same time radiating new, already national and cultural, semantic dominants.

Ethnosemiometry of the individual (associative) component of the British and Ukrainian axioconceptospheres was carried out by conducting an associative experiment via the universal Google Forms tool with 105 British and 110 Ukrainian participants.

The obtained experimental results on the associative meanings of the names of the four studied concepts demonstrate that they are semantic transitions of invariant primary meanings and are much wider than modern lexicographic and highly specialized (professional, terminological) meanings. All types of value meanings are a meaning-forming component of the motivational continuum structure of the axioconceptospheres of the British and Ukrainians, which demonstrate that the four core basic value concepts are in cognitive-matrix and holistic-synergetic relations among themselves and the configuration of which forms a model of the kaleidoscope mosaic of each linguoculture.

The theoretical provisions of the conception of the noosphere by V. Vernadskyi and mental spaces by G. Fauconnier and M. Turner in the aspect of scientific interpretation of such a concept as the axioconceptosphere, which was formed under the influence of the synergy of fundamental trichotomy, which is directly related to the noosphere, have been further *developed* as follows: Nature (primitive conditions of human life in its connections with the environment —

constants) – Culture (artifacts of material and spiritual activity of a person, social and historical, aesthetic, moral values that are distinguished by different generations of the same people and different ethnic communities – dominants) – Cognition (collective and individual results of value perception of the world differ for people of the same language group and for ethnic communities – constants and dominants).

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### *Монографія:*

1. Стефанова Н. О. Англomовна термінолексика сфери освіти кінця ХХ – початку ХХІ століття: монографія / Київ: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. 180 с.

### *Наукові публікації у колективних монографіях:*

2. Стефанова Н. О. Когнітивно-ономасіологічна реконструкція уявлень індоєвропейців та їхніх нащадків – прагерманців і праслов'ян – про красу // Людино- й культурознавчі пріоритети сучасного мовознавства: напрями, тенденції та міждисциплінарна методологія / за ред. К. І. Мізін. Переяслав-Хмельницький; Кременчук: ПП Щербатих О.В., 2019. С. 171-178.

### *Наукові праці, що індексуються*

#### *в міжнародних наукометричних базах Scopus, Web of Science:*

3. Stefanova N. Cognitive and ontological essence of axiological dominants and principles of their taxonomy in diachronic and synchronic review // Advanced Education: scientific journal. Kyiv: Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, Publishing House “Polytechnica”, 2018. № 9. P. 225-230.

### *Наукові праці у фахових виданнях України:*

4. Стефанова Н. Сучасні англomовні педагогічні терміни на позначення діагностування якості знань // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.: зб. наук. пр. Вінниця: ТОВ “фірма Планер”, 2015. Вип. 21. С. 51-55. (Серія: Філологія (мовознавство)).

5. Stefanova N. A. Expressive means of refusal utterance // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка: зб. наук. пр. Старобільськ: Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, 2018. № 2 (316). С. 83-88. (Серія “Філологічні науки”).

6. Стефанова Н. О. Наукова аргументація терміна «Концептосфера» крізь призму термінологічних аналогів // Науковий вісник Херсонського державного університету. Херсон: Херсонський державний університет, 2018. Вип. 1. Т. 2. С. 94-98. (Серія: Перекладознавство та міжкультурна комунікація).

7. Stefanova N. Parametric categorization model of axioconceptosphere // Odessa Linguistic Journal: research and practice journal. Odessa: National University “Odessa Law Academy”, 2018. Issue 11. P. 174-183.

8. Стефанова Н. О. Концептосфера як ментальне структурування етнічних констант і культурно-ціннісних домінант // Актуальні питання іноземної філології: наук. жур. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2018. № 8. С.285-292.

9. Стефанова Н. О. Нові методики опрацювання результатів асоціативних експериментів (на прикладі комп'ютерної системи О.Ф. Загородньої) // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету: зб. наук. пр. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2018. Вип. 37. Т. 4. С. 115-119. (Серія: Філологія).

10. Стефанова Н.О. Методологічний стан лінгвокультурної концептології та передумови розробки нової аксіоепістемології // Наукові записки Національного університету “Острозька академія”: зб. наук. пр. Острог: Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 4 (72). С. 45-49. (Серія “Філологія”). URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/2113/1901>

11. Stefanova N. Psycho- and Sociolinguistic Tools for Reconstruction of Inference/Association Mechanism as Individual Cognitive Ability // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова.

Київ: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2018. Вип. 18. С. 107-120. (Серія № 9. Сучасні тенденції розвитку мов).

12. Стефанова Н.О. Лінгвосинергетична методологія реконструкції британської та української аксіоконцептосфер // Актуальні питання іноземної філології: наук. жур. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2019. № 10. С. 254-261.

13. Стефанова Н. О. Методичні процедури когнітивної і асоціативної параметризації гіперконцепту ЦІННІСТЬ та його базових концептів // Науковий журнал “Молодий вчений”. Херсон: “Молодий вчений”, 2019. Вип. 5.1 (69.1). С. 198-201.

14. Стефанова Н.О. Праїндоевропейські етнічні константи та їх синкретична семантизація в архаїчному ядрі концепту ДОБРО // Актуальні питання гуманітарних наук: міжвуз. зб. наук. пр. молод. вчен. Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич: Видавничий дім “Гельветика”, 2019. Вип. 24. Том 2. С. 129-137.

15. Стефанова Н.О. Реконструкція першозначень ціннісно-мотиваційного ядра концептів Істина і Правда // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2019. Вип. 41. Том 2. С. 114-118. (Серія: Філологія). URL: [http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v41/part\\_2/30.pdf](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v41/part_2/30.pdf)

16. Стефанова Н. О. Семантична структура імені матричного аксіоконцепту TRUTH // Львівський філологічний часопис: зб. наук. пр. Львів: Видавничий дім “Гельветика”, 2019. № 6. С. 203-208.

17. Стефанова Н.О. Етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів ІСТИНА-ВІРА-ПРАВДА // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2019. Вип. 42. Том 3. С. 23-26. (Серія: Філологія).

18. Стефанова Н.О. Асоціативне поле “ІНТЕРЕС” як структура ціннісних значимостей/смислів мешканців України (за результатами



психолінгвістичного експерименту). Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія “Філологія, педагогіка, психологія”. 2020 (подано до друку).

*Наукові праці в міжнародних періодичних виданнях інших держав*

19. Стефанова Н. О. Методическая процедура применения сопоставительно-параметрического метода для анализа сем оценочно-маркированных слов англ. good / укр. добрий-добро // *The Word: Aspects of Research*. Liepāja: Liepājas Universitāte, Humanitāro un mākslas zinātņu fakultāte, 2019. № 23 (1/2). P. 402-411. (ISSN: 1407-4737).

20. Stefanova N. O. Ethnosemiometric parameterisation of diachronic core of the concept TRUTH and its profiles in the British axioconceptosphere// *Innovation in Language Learning* 2019. Florence: Filodiritto Editore, 2019. № 12. P. 200-204. (ISSN: 2384-9509).

21. Стефанова Н.О. Реконструкція діахронічного ядра концепту GOOD (на матеріалі індоєвропейських, прагерманських і давньоанглійських першозначень) // *Science and Education a New Dimension. Philology*, 2019. VII (61). Issue: 210. P. 58-62. (ISSN: 2308-1996).

22. Стефанова Н.О. Сучасна семантична структура імен матричних аксіоконцептів BENEFIT / КОРИСТЬ в англійській та українській мовах // *Science and Education a New Dimension. Philology*, 2020. VIII (64). Issue: 216. P. 53-56. (ISSN:2308-1996).

*Тези доповідей наукових конференцій:*

23. Стефанова Н. О. Семіометричний аналіз аксіоконцептосфер із залученням можливостей пошукових систем корпусів // *Корпусна лінгвістика: розроблення технологій нового покоління: матеріали I Міжнар. наук.-прикл. конф. (в режимі online)*. Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2018. С. 43-44.

24. Стефанова Н.О. Синергетичні передумови становлення лінгвоаксіологічної етносеміотрії // Україна і світ: діалог мов та культур: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2018, С. 314-317.

25. Стефанова Н.О. Бінарна природа аксіологічних концептів // Modern philological research: a combination of innovative and traditional approaches: proceedings of the Internat. scient.-pract. conf. Tbilisi: Baltija Publishing, 2018. P. 163-167. (ISBN 978-9934-571-38-1).

26. Стефанова Н. О. Семіотрична параметризація концептосфер носіїв різних мов // Інтелектуальна та емоційна складова навчання іноземних мов: новітні тенденції і завдання для вищої школи: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: ННІМВ, НАУ, 2018. С. 232-237.

27. Стефанова Н.О. Слово “цінність” і “категорія цінність” в лінгвсеміотрії // Стратегії розвитку та пріоритетні завдання філології: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2018. С. 73-78. ISBN 978-966-916-666-1.

28. Стефанова Н.О. Когнітивні механізми кодування ціннісно-оцінних концептів // Паралелі та контрасти: мова, культура, комунікація: матеріали II Всеукр. наук.–практ. конф. Одеса: Національний університет “Одеська юридична академія”, 2018. С. 98-100. ISBN 978-966-928-318-4.

29. Стефанова Н.О. Когнітивні механізми взаємодії концептуально-інтеграційних мереж доменів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери // Philology in EU countries and Ukraine at the modern stage: proceedings of the Internat. scient.-pract. conf. Baia Mare: Izdevnieciba “Baltija Publishing”, 2018. P. 144-147. ISBN 978-9934-571-72-5.

30. Стефанова Н.О. Умови і форми проведення вільного асоціативного експерименту та нові інструменти для опрацювання його результатів // Нове та традиційне у дослідженнях сучасних представників філологічних наук: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса: Південноукраїнська організація “Центр філологічних досліджень”, 2019. С. 93-96.

31. Стефанова Н.О. Асоціативний експеримент: загальна програма і нові форми проведення, ресурсні витрати, класифікації асоціацій // Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2019. С. 227-232.

32. Стефанова Н.О. Трансфер мотиваційного континууму цінностей Ш. Шварца для реконструкції концептосфери лінгвокультури // Філологія початку XXI сторіччя: традиції та новаторство: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2019. С. 84-86. ISBN 978-966-916-876-4

33. Stefanova N. Reconstruction method of the macro sign INTEREST as the value domain of axioconceptosphere // Trajectories 14-th World Congress of Semiotics. Buenos Aires, 2019. URL: <https://www.worldcongressofsemiotics2019.org/es/congreso-de-semiotica/sessions/reconstruction-method-macro-sign-interest-value-domain>

34. Стефанова Н. О. Індоевропейські та праслов'янські джерела лексем добро і добрий // Світ мови – світ у мові: матеріали V Міжнар. наук. конф. Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2019. С. 189-191.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	25
РОЗДІЛ 1 ЕТНОСЕМІОМЕТРИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ПАРАМЕТРИЗАЦІЇ МОТИВАЦІЙНОГО КОНТИНУУМУ АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР У РІЗНИХ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ .....	45
1.1 Онтологічна й гносеологічна сутність логіко-поняттєвої і лінгвокогнітивної категорії “цінність” та етапи становлення науки аксіології .....	45
1.1.1 Передкласичний етап формування категорійного статусу цінностей .....	48
1.1.2 Класичний етап у вивченні цінностей та його роль у категоризації аксіосфери .....	53
1.1.3 Когнітивно-психологічні й лінгвістичні механізми категоризації аксіосфери .....	54
1.2 Діахронно-синхронні сегменти філософських підходів до параметризації цінностей .....	57
1.2.1 Хронологічна сегментація цінностей у процесі формування аксіосфери .....	58
1.2.2 Параметризація цінностей та формування ціннісних домінант в аксіосферах різних лінгвокультур .....	64
1.2.3 Параметризація ціннісно-сміслового простору мови як передумова утворення її аксіоконцептосфери .....	77
1.3 Аксіоконцептосфера як мотиваційний континуум етнічних констант і культурно-ціннісних домінант .....	80
1.3.1 Наукова інтерпретація терміна “концептосфера” як мотиваційного континууму на тлі номенів із елементом “сфера”	80
1.3.2 Співвідношення етнічних констант і культурно-ціннісних домінант в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери ..	89

1.4	Етносеміометрична параметризація бінарно-матричної структури категорійно-ціннісних концептів і доменів . . . . .	99
1.4.1	Науковий об'єм терміна “семіометрична параметризація” в його проєкції на поняття аксіоконцептосфера етнокультури . . . . .	99
1.4.2	Бінарна структура категорійно-ціннісних концептів та їх ієрархія в аксіоконцептосфері . . . . .	104
1.4.3	Ядерно-периферійна параметризація категорійно-ціннісних доменів аксіоконцептосфери . . . . .	112
1.4.4	Калейдоскопічна матриця категорійно-ціннісних доменів і ціннісних концептів . . . . .	115
1.4.5	Позитивні/негативні оператори оцінної етносеміометрії ціннісних концептів . . . . .	120
	Висновки до розділу 1 . . . . .	122
	<b>РОЗДІЛ II МЕТОДОЛОГІЯ ЗДІЙСНЕННЯ ЕТНОСЕМІОМЕТРИЧНОЇ ПАРАМЕТРИЗАЦІЇ МОТИВАЦІЙНОГО КОНТИНУУМУ АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ . . . . .</b>	<b>126</b>
2.1	Методологічний стан лінгвокультурної концептології та передумови розробки нової аксіоепістемології . . . . .	126
2.2	Методологічний інструментарій зіставно-параметричної етносеміометрії цінностей . . . . .	134
2.2.1	Дименціональний метод В. Франкла як інструмент для тріортогонального виміру цінностей . . . . .	140
2.2.2	Когнітивний механізм профілювання доменів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери . . . . .	143
2.2.3	Когнітивний механізм взаємодії концептуально-інтеграційних мереж доменів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери . . . . .	148
2.3	Психо- і соціолінгвістичний інструментарій для реконструкції когнітивного механізму інференції аксіоконцептів . . . . .	152

2.3.1	Емпіричне спостереження як основний інструмент психолінгвістичного методу . . . . .	154
2.3.2	Експериментальні лінгвістичні дослідження як інструмент для реконструкції когнітивного механізму асоціацій людини . . . . .	159
2.3.3	Лінгвістичний експеримент і лінгвістичне інтерв'ювання та їхні процедурні методики для виявлення асоціацій . . . . .	162
2.3.4	Процедурні методики вільного й спрямованого асоціативних експериментів . . . . .	167
2.4	Етапи, умови і форми проведення асоціативних експериментів та нові інструменти опрацювання їхніх результатів (за О. І. Горошко, О. Ф. Загородньою і Р. М. Фрумкіною) . . . . .	174
2.5	Комплексна методика етносеміотричної параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців . . . . .	187
	Висновки до розділу 2 . . . . .	205
	<b>РОЗДІЛ III ЕТНОСЕМІОМЕТРІЯ МОТИВАЦІЙНОГО КONTИНУУМУ АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР БРИТАНСЬКОЇ Й УКРАЇНСЬКОЇ ЛІНГВОКУЛЬТУР У ДІАХРОНІЇ І СИНХРОНІЇ. . . . .</b>	<b>211</b>
3.1	Етносеміотрія динаміки архетипних констант і сучасних домінант мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців . . . . .	211
3.2	Діахронна етносеміотрія ядра матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ . . . . .	225
3.2.1	Діахронна етносеміотрія ядра матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА . . . . .	225
3.2.2	Діахронна етносеміотрія ядра матричних аксіоконцептів GOOD / ДОБРО . . . . .	242
3.2.3	Діахронна етносеміотрія ядра матричних аксіоконцептів BEAUTY / КРАСА . . . . .	261

3.2.4	Діахронна етносеміометрія ядра матричних аксіоконцептів BENEFIT / КОРИСТЬ .....	275
3.3	Синхронна етносеміометрія сучасних значень імен матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ .....	284
3.3.1	Сучасна етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів TRUTH/ІСТИНА-ПРАВДА .....	291
3.3.2	Сучасна етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів GOOD / ДОБРИЙ-ДОБРО .....	307
3.3.3	Сучасна етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів BEAUTY / КРАСА .....	320
3.3.4	Сучасна етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів BENEFIT / КОРИСТЬ .....	329
	Висновки до розділу 3 .....	336
	<b>РОЗДІЛ IV АСОЦІАТИВНА ЕТНОСЕМІОМЕТРИЯ МОТИВАЦІЙНОГО КОНТИНУУМУ АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР БРИТАНЦІВ І УКРАЇНЦІВ .....</b>	<b>349</b>
4.1	Мотиваційний континуум аксіоконцептосфери та експериментальні процедури його етносеміометричної параметризації .....	349
4.2	Параметричні характеристики учасників психолінгвістичного експерименту та процедури його проведення з британцями й українцями із залученням системи Google Forms .....	351
4.3	Асоціативні поля стимулів “INTEREST / ІНТЕРЕС”, “THE MEANING OF THE INETEREST / ЗНАЧЕННЯ ІНТЕРЕСУ”, “THE RESULT OF THE INTEREST / РЕЗУЛЬТАТ ІНТЕРЕСУ” як мотиваторів ціннісних смислів британців і українців .....	365
4.3.1	Асоціативні поля стимулів “INTEREST / ІНТЕРЕС” .....	365
4.3.2	Асоціативні поля стимулів “THE MEANING OF THE INETEREST / ЗНАЧЕННЯ ІНТЕРЕСУ” .....	387

4.3.3	Асоціативні поля стимулів “THE RESULT OF THE INTEREST / РЕЗУЛЬТАТ ІНТЕРЕСУ” .....	395
4.4	Асоціативні реакції респондентів щодо порядку розташування в їхньому мотиваційному міні-континуумі аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ .....	410
4.5	Асоціації британців й українців щодо співвідношення 10 мотиваційно пов’язаних загальних категорій цінностей із трьома видами потреб: вітальних, соціальних, індивідуальних .....	423
4.6	Асоціації британців й українців щодо співвідношення аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ із трьома видами потреб .....	437
4.7	Асоціативні поля вербалізації бінарних пар аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY/ КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ .....	440
4.8	Асоціативні поля 4-х антиконцептів .....	455
4.9	Асоціативні поля синонімічних рядів лексем-вербалізаторів аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY/ КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ .....	458
4.10	Асоціативні автостереотипи британців й українців про домінування аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY/ КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ в їх національних характерах .....	472
	Висновки до розділу 4 .....	475
	ВИСНОВКИ .....	484
	СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	496
	СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ .....	537
	ДОДАТКИ .....	542



## ВСТУП

Дисертація присвячена вивченню процесу і результату етносеміотричної параметризації аксіоконцептосфер у британській та українській лінгвокультурах.

Макролінгвістична проблематика (С. Г. Воркачов), пов'язана з дослідженням взаємозв'язків *мови і соціуму* (Н. П. Дарчук, У. Лабов, В. М. Русанівський, Д. Хаймс), *мови і культури* (М. Ф. Алефіренко, А. Вежбицька, В. В. Воробйов, В. А. Маслова, Г. Палмер, Т. В. Радзієвська, В. М. Телія та ін.), *мови і людини* (Н. Д. Арутюнова, Р. О. Будагов, Л. Вайсгербер, В. І. Карасик, В. В. Красних, Д. Крістал та ін.), досягла свого апогею вже в працях В. фон Гумбольдта й О. О. Потебні [...], проте новий антропоцентричний принцип сучасної лінгвістики повернув науковців знову до вивчення “душі мови” через відображення в ній системи цінностей кожного етносу (Є. А. Карпіловська) і стимулював розвиток нової науки – *лінгвістичної аксіології* (Н. Д. Арутюнова, М. Ф. Алефіренко, О. Л. Бессонова, Т. І. Вендіна, О. М. Вольф, Т. В. Гончарова, Т. А. Космеда, Є. Ф. Серебренникова, Г. І. Приходько, І. В. Чекулай та ін.).

З огляду на окреслені настанови фокус уваги вчених закономірно змістився вбік трансвекторного витлумачення названих вище діад крізь призму суміжних інтегральних наук, насамперед, *етнопсихології* (В. Вундт, І. В. Данилюк, Е. Сепір, В. Томас, Р. Шведер, Б. Шор та ін.), *когнітивної психології* (Д. Брунер, П. Я. Гальперін, Н. Дойдж, У. Найссер, Ж. Піаже та ін.), *психолінгвістики* (О. І. Горошко, О. О. Залевська, В. І. Кушнерик, О. О. Леонт'єв, Л. Менн, Л. В. Сахарний, Д. Стейнберг, Р. М. Фрумкіна, Т. В. Чернігівська та ін.), *соціолінгвістики* (Ш. Баллі, В. Вольфрам, О. Ф. Загородня, У. Лабов, Д. С. Лихачов, П. Траджілл, А. Д. Швейцер, Д. Фішман та ін.), *когнітивної лінгвістики* (В. З. Дем'янков, О. С. Кубрякова, Д. Лакофф, Р. Ленекер, З. Д. Попова, Й. А. Стернін, Ж. Фоконьє, Ч. Філлмор та ін.), *етнолінгвістики* (Е. Бартмінські, О. Л. Березович, У. Гуденаф, В. В. Жайворонок, О. В. Тищенко, С. М. Толстая, М. І. Толстой та ін.), на

засадах яких у процесі міждисциплінарного синтезу (а якщо точніше, то холістично-синергетичної взаємодії – Н. С.) визрів новий науковий напрям, названий у дисертації *етносеміотричною лінгвоаксіологією*.

Наразі посилений інтерес до *аксіосфери* (Л. К. Байрамова, Д. Дьюї, В. В. Ільїн, М. С. Каган, Г. Ріккерт, М. Рокич, Л. Н. Столович, В. К. Шохін) зумовлений необхідністю дослідження її співвідношення з *ноосферою* (В. В. Буряк, Р. В. Васько, В. В. Вернадський, Б. Дельмас, Р. Джімерсон, Е. Леруа, П. Т. де Шарден та ін.) для осмислення сучасних трансформацій у морально-етичній еволюції людства загалом, де експансія глобалізації, з одного боку, гіперактуалізувала міжкультурний діалог і, як наслідок, процеси уніфікації, а з іншого, сприяла загостренню питань національної самосвідомості кожного народу (М. С. Грушевський, А. Маслоу, М. В. Попович, Ю. Хабермас, Д. І. Чижевський та ін.) й необхідності захисту своїх національних інтересів. Свого часу Е. Сепір і Б. Ворф запропонували для обговорення гіпотезу про вирішальну роль мови у формуванні як колективних, так й індивідуальних уявлень про навколишній світ і припустили, що найменування предметів, явищ, подій є відображенням стереотипних форм (М. О. Шутова) їх національного сприйняття, які, зберігаючи стійкість у кожній культурі, впливають на ціннісно-оцінне ставлення до цих явищ і подій.

Аксіологічно орієнтована лінгвістика корелює з поняттям *аксіологічний вимір мови*, що підкреслює своєчасність комплексного дослідження гносеологічних співвідношень між такими феноменами, як Людина – Мова – Культура – Світ із акцентом на важливості діагностики сутнісних смислів буття Людини. З цього випливає, що *етносеміотрія* (Є. Ф. Серебренникова) є найважливішим методологічним інструментом для лінгвоаксіології, основне призначення якої – здійснення як емпіричної, так й експериментальної діагностики ціннісних установок мовних особистостей – представників різних лінгвокультур, яка водночас є новою дослідницькою практикою в когнітивній лінгвокомпаративістиці (А. В. Корольова).

Принципові положення етносеміотрії уперше в українській аксіологічній лінгвокомпаративістиці сформулювала М. О. Шутова, працюючи над реконструкцією етнокультурних стереотипних портретів англійців і українців шляхом вимірювання домінування автостереотипних оцінок у фразеологічному відображенні кожним етносом свого національного характеру, менталітету, своїх культурних традицій тощо. Пізніше вдосконалила цю методологічну процедуру О. О. Черхава на матеріалі релігійно-популярних текстів англійської, німецької та української мов. Припускаємо, що за результатами цього наукового досвіду можна розпочати етносеміотричну діагностику способів і засобів відображення в **аксіоконцептосферах** різних лінгвоспільнот, у даному разі – британців й українців, як давніх етнічних констант (Ю. С. Степанов), так і сучасних національних домінант. Етносеміотрія в такому ракурсі методологічно виконує роль дієвого інструмента для когнітивно-семантичної інтерпретації (“Лингвистика и аксиология [...]” 2011) цінностей, що онтологічно утворюють нескінченний *мотиваційний континуум* (Ш. Шварц) конфігурації життєво значимих смислів для соціуму загалом і для кожної людини зокрема.

**Актуальність** теми дисертаційної роботи зумовлена її спрямуванням на вивчення систем цінностей та їх мовної об’єктивації, що мають матричний формат взаємопов’язаних когнітивних контекстів, на тлі яких відбувалося становлення первинних філософських загальнолюдських ціннісних категорій “Істина”, “Добро”, “Краса”, “Користь” і які відображають кореляцію мовних форм та їх ментальних репрезентацій у кожній окремій культурі й у калейдоскопічній проєкції з іншими культурами. Етносеміотрична параметризація мотиваційного базису аксіоконцептосфер британців і українців необхідна для реконструкції тих процесів формування ціннісного світогляду обох народів, смислоутворюваним фактором якого є біологічні, соціальні й індивідуальні їхні потреби як когнітивно-семіотичне джерело для випромінювання багатьох нових національно зумовлених смислів, важливих

для усвідомлення морально-ціннісних установок цивілізаційного розвитку європейських спільнот у толерантному міжсусідстві з іншими народами.

*Гіпотеза дослідження* полягає у тому, що мотиваційний континуум аксіоконцептосфери пропонується розглядати як холістично-синергетичну модель калейдоскопічної матриці загальнолюдської, колективно-національної та індивідуальної ціннісної творчості, яка є фіксатором первісних етнічних констант і національно-ціннісних домінант британського й українського етносів і яка сконструйована за принципом ядро-центр/гнучка периферія (В. В. Алпатов, М. М. Болдирев, Р. Ленекер, М. Мінський та ін.).

Ціннісне її ядро утворюють індоєвропейські, прагерманські й праслов'янські першозначення імен концептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ – світоглядних ціннісно-ментальних утворень, що відображають соціальні, біологічні й індивідуальні мотиваційні потреби людини, а інваріантно-варіантна периферія – це давні та сучасні їхні значення (зокрема й термінологічні та асоціативні), а також ЛСВ й синоніми, що зберігаються (архетипи) й домінують (стереотипи) в мовній свідомості британців і українців і які можна виміряти шляхом етносеміотричної діахронно-синхронної лексикографічної й експериментальної параметризації.

#### **Зв'язок дисертації із науковими програмами, планами, темами.**

Дисертацію виконано відповідно до тематичного плану науково-дослідних робіт Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова за напрямом “Дослідження проблем гуманітарних наук”. Дисертація є складовою частиною наукової теми кафедри загального мовознавства і германістики факультету іноземної філології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова “Корпусна лінгвістика: розробка технологій нового покоління”, а також становить одне із завдань фундаментального наукового проекту “Ноосферно-ностратична реінтерпретація гіпотез походження людської мови” (державна реєстрація – 0117U004901, наказ МОН України № 490 від 09.04.2020 р.), що виконується

за рахунок видатків фонду Державного Бюджету України в Київському національному лінгвістичному університеті. Тему дисертації затверджено на засіданні вченої ради Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова (протокол № 3 від 28 листопада 2018 року).

**Метою** дисертаційної роботи є здійснення етносеміотричної параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців шляхом діагностики первісних ціннісних констант, закодованих у реконструйованих індоєвропейських, прагерманських і праслов'янських першозначеннях імен (ЛСВ та синонімів) концептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ, та національно-ціннісних домінант, зафіксованих у давніх і сучасних лексикографічних і термінологічних значеннях, а також через експериментальну процедуру вимірювання асоціативних значень імен цих концептів (бінарно-антонімічних, синонімічних, автостереотипних), відображених у свідомості британців й українців, на тлі доменів “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” в кореляції з основними класифікаційними видами цінностей.

Поставлена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

– систематизувати теоретичні здобутки у сфері етносеміотричної лінгвоаксіології і застосувати їхні положення до наукової інтерпретації ключових понять дисертації із позицій когнітивної мотивології й зіставно-параметричної типології;

– обґрунтувати необхідність уведення в науковий обіг когнітивної лінгвокомпаративістики терміна “етносеміотрична параметризація” в його лінгвоаксіологічно-мотиваційному розумінні як найбільш оптимальної дескрипції для пояснення етапів і схем конструювання мотиваційного континууму калейдоскопічної матриці цінностей британців й українців;

– сформулювати нове визначення поняття “мотиваційний континуум аксіоконцептосфери” як холістично-синергетичної моделі калейдоскопічної матриці цінностей;

– розробити методологічне підґрунтя для виконання етносеміотричної параметризації мотиваційної ядерно-периферійної (інваріантно-варіантною) матричної моделі аксіоконцептосфери в англійській та українській мовах та укласти електронну анкету в системі Google Forms – для проведення психолінгвістичного експерименту з британцями й українцями на предмет реконструкції ціннісних доміант, відображених в їх мовній свідомості, – завершального етапу конструювання цієї моделі;

– виконати етносеміотрію ядра й інваріантно-варіантною периферії матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ у діахронії і синхронії й унаочнити їхні зв'язки в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер британців і українців;

– опрацювати результати проведення психолінгвістичного експерименту з британцями й українцями за допомогою комп'ютерного інформаційно-аналітичного сервісу СТИМУЛУС й побудувати асоціативні поля доменів “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” та матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ;

– виміряти індекси продуктивності наданих респондентами асоціатів для категорійно-ціннісних доменів-стимулів “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” в їх екстраполяції на етнічні константи й культурно-ціннісні доміанти британського та українського етносів.

– здійснити зіставну когнітивно-семантичну параметризацію мотиваційних доменів і ціннісних концептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ як діахронно-синхронно-асоціативних конструктів калейдоскопічної матриці мотиваційного континууму аксіоконцептосфер у британській та українській лінгвокультурах.

– схарактеризувати закономірності й відмінності у формуванні етнічних констант і культурно-ціннісних доміант в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер британців й українців.

*Об'єкт дослідження* – когнітивно-матричні концепти TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ як світоглядні константи й варіативні національно-ціннісні доміанти мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британської й української лінгвокультур.

*Предмет дослідження* – лексикографічна (діахронічна й синхронічна) та експериментальна асоціативна етносеміотрична діагностика матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ на тлі доменів “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер британців та українців.

**Методи дослідження.** Методологічна база дисертації ґрунтується на новому принципі ноосферного антропокосмізму (способи досягнення гармонійного балансу в стосунках Людини (як Мікрокосму) і Світу (як Макрокосму/Ноосфери)) та його складниках: етнокультурного детермінізму, антропологічного аксіологізму та синергетичного функціоналізму.

Основний методичний вектор роботи визначається принципом холізму, суть якого пов'язана з розглядом цілого як такого, що не вичерпується його компонентами, а конструюється в процесі взаємодії з новими якостями й властивостями. Ядерно-периферійний принцип побудови цілого (у холістичному розумінні), яким є мотиваційний континуум аксіоконцептосфери – калейдоскопічна матриця, – покладений в основу розробки комплексної методики етносеміотричної параметризації цього діахронно-синхронного й асоціативного ментального утворення. Для конструювання мотиваційного континууму аксіоконцептосфери як ментального утворення матричного формату залучено *метод когнітивно-семантичної реконструкції* ціннісних концептів і *метод концептуальної*

*інтеграції* (Ж. Фоконьє і М. Тернер), що в поєднанні з елементами *методик психо- і соціолінгвістичного експериментів* надали змогу визначити константи й доміанти ціннісних смислів британців й українців, вербалізованих засобами реконструйованої індоєвропейської прамови, прагерманської і праслов'янської мов, англійської і української мов, які відображені на різних рівнях свідомості британців й українців: від первісної/архетипно-міфологічної до сучасної/стереотипної.

*Структурний метод* з його методиками: *компонентним аналізом і дистрибутивним* – сприяв виявленню семних складників ціннісних значень (та їх конфігурацій), ЛСВ, синонімів і термінологічних трансформ імен еквіполентних і бінарних концептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ в англійській та українській мовах з подальшою фіксацією в матричному калейдоскопі мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців. *Семантико-когнітивний метод* за підтримки *трансформаційного аналізу* дав змогу розкрити механізми семантичної транспозиції досліджуваних імен еквіполентних концептів, які інтегровані в аксіоконцептосферу з різних предметних та абстрактних сфер, набувши категоріально-ціннісного значення. *Зіставно-параметричний метод* Й. А. Стерніна застосовано для виконання етносеміотричної діагностики асоціативних реакцій респондентів на стимули “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” з метою виявлення доміант в їхніх мотиваційних потребах: біологічних, соціальних чи індивідуальних та визначення індексу яскравості кожної наданої реакції. Для етносеміотричної параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфер в англійській та українській мовах додатково залучено: *інформаціо-аналітичний комп'ютерний сервіс СТИМУЛУС*, призначений для автоматичного опрацювання асоціативних реакцій респондентів, отриманих у перебігу проведення експерименту; *формула* Ю. Д. Апресяна, *закладена в програмі СТИМУЛУС*, – для обчислення: ступеня семантичної близькості антонімічних і синонімічних реакцій,



наданих на стимули TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ; меж ядра і периферії (ближньої, дальньої і крайньої) в асоціативних полях кожного концепту і в зіставленні. *Метод комп'ютерного моделювання* застосовано для побудови комп'ютерної моделі калейдоскопічної матриці мотиваційного континууму аксіоконцептосфер в англійській та українській мовах із зображенням ядра і периферії, що є фіксацією загальнолюдських й етнічних констант, а також інваріантно-варіантних національно-ціннісних доміант британців й українців.

**Фактичний матеріал** дисертації: етимологічні словникові статті з реєстровими словами, що є іменами, синонімами та дериватами 4-х базових аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ (холістична (діахронно-синхронно-термінологічна) взаємодія яких конструювалася із залученням матеріалів тлумачних словників англійської і української мов, словників синонімів, філософських словників, термінологічних словників етики, естетики, логіки, права, релігієзнавства та ін.). Основний матеріал експериментального розділу становлять отримані від британців й українців реакції в загальній кількості 1296 від перших і 1811 – від других: 428 асоціатів на стимули “Інтерес”, “Значення”, “Результат”, які надали британці, й 666 реакцій, наданих опитаними українцями, що були квантитативно опрацьовані за допомогою сервісу СТИМУЛУС і квалітативно об'єднані у відповідні ЛСГ (7 в англ. мові і 8 – в укр. мові) як прототипно-стереотипне відображення мотиваційних потреб британців й українців; 868 антонімічних, антиконцептуальних й синонімічних асоціатів на стимули TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ, які надали британці, й 1145 реакцій, – отриманих від українців.

Усього взяли участь в експерименті 105 респондентів-британців і 110 респондентів-українців чоловічої і жіночої статі, віком від 17 і більше 50 років, студенти з різних навчальних закладів Сполученого Королівства

Великої Британії й України, а також фахівці з різних сфер діяльності (не лише гуманітарної сфери).

**Наукова новизна одержаних результатів дисертації** пов'язана з тим, що в ній *уперше* в науковий обіг лінгвоаксіології, когнітивної мотивології й зіставно-параметричної типології *введено* термін “етносеміотрична параметризація” як найбільш оптимальної дескрипції для пояснення етапів і схем конструювання мотиваційного континууму калейдоскопічної матриці ціннісних смислів буття британців й українців; *сформульоване* нове визначення поняття “мотиваційний континуум аксіоконцептосфери”, що організований за прототипно-польовим принципом із ядерним (-ми) центром (-ами) і гнучкою інваріантно-варіантною периферією, де відбувається безкінечна холістично-синергетична конфігурація пов'язаних між собою мотивів, наче кольоровий спектр (**калейдоскоп**) їхньої взаємодії і водночас джерело надскладних або більш простих ціннісних конструктив-концептів; *розроблено* методологічне підґрунтя для виконання етносеміотричної параметризації мотиваційної ядрено-периферійної (інваріантно-варіантної) матричної моделі аксіоконцептосфери в англійській та українській мовах та укладено електронну анкету в системі Google Forms (<https://docs.google.com/forms/u/0/>) – для проведення психолінгвістичного експерименту з британцями й українцями на предмет реконструкції ціннісних домінант, відображених в їх мовній свідомості; *уперше здійснено* діахронно-синхронну етносеміотрію ядра й інваріантно-варіантної периферії матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ й унаочнено їхні холістично-синергетичні зв'язки в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер британців і українців; *опрацьовано* результати проведення психолінгвістичного експерименту з британцями й українцями за допомогою комп'ютерного інформаційно-аналітичного сервісу СТИМУЛУС й побудовано асоціативні поля доменів “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” та матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD

/ ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ; *виміряно* індекси продуктивності наданих респондентами асоціатів для категоріально-ціннісних доменів-стимулів “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” в їх екстраполяції на етнічні константи й культурно-ціннісні доміанти британського й українського етносів; *представлено* зіставну когнітивно-семантичну параметризацію мотиваційних доменів і ціннісних концептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ як діахронно-синхронно-асоціативних конструктів калейдоскопічної матриці мотиваційного континууму аксіоконцептосфер в англійській та українській мовах; *схарактеризовано* закономірності й відмінності у формуванні етнічних констант і культурно-ціннісних доміант в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер британців й українців.

*Набули подальшого розвитку* теоретичні положення концепції ноосфери В. І. Вернадського й ментальних просторів Ж. Фоконьє і М. Тернера в аспекті наукового витлумачення такого поняття, як аксіоконцептосфера, що формувалася під впливом синергії фундаментальної трихотомії: Природа (первісні умови життя людини в її зв'язках із навколишнім середовищем – константи) – Культура (артефакти матеріальної і духовної діяльності людини, соціально-історичні, естетичні, моральні цінності, які відрізняють різні покоління одного народу й етноспільноти – доміанти) – Пізнання (колективні й індивідуальні результати ціннісного світосприйняття є відмінними для різних людей як усереднені одного мовного колективу, так і між етнічними спільнотами – константи й доміанти), що безпосередньо пов'язане із ноосферою.

Зміст дисертації сформульовано в положеннях, які **винесено на захист:**

1. Філософсько-аксіологічна думка, яка обстоювала фундаментальність понять “Істина”, “Добро”, “Краса” і “Користь”, утвердила їх категорійний статус самостійних наук у добу Нового часу й обґрунтувала необхідність

розробки таксономії цінностей, що й донині продовжує вдосконалюватися з урахуванням змін у загальнопланетарному ціннісному світогляді.

2. Структура загальнокатегорійних цінностей базується на 3-х принципах: *онтологічному, гносеологічному та когнітивно-семіотичному*, відповідно до яких “цінність” визначена як філософсько-аксіологічна й історико-культурна мегакатегорія й водночас як лінгвокогнітивна структура – мегаконцепт, що є ментальним утворенням, відображеним у свідомості представників різних культур. Ці принципи є засадничими теоретико-методологічними постулатами нового напрямку – “етносеміотричної лінгвоаксіології”, що передбачає залучення методик когнітивної лінгвокомпаративістики у синергії з експериментальними методами і прийомами для діагностики значимості цінностей як для давніх і сучасних колективів й окремих індивідів, так і для їх параметризації в аксіоконцептосферах сучасних британців й українців.

3. Аксіоконцептосфера як основний об’єкт вивчення в теорії етносеміотричної параметризації є когнітивно-мотиваційним континуумом, організованим, по-перше, за аналогією з інформаційними системами; по-друге, за аналогією з теорією концептуальної інтеграції ментальних просторів; по-третє, за аналогією з теорією категоризації знань про цінності.

4. Аксіоконцептосфера – це ментальний конструкт (мотиваційний континуум), утворений на основі взаємодії етнічних констант і культурно-ціннісних домінант британців і українців, фіксаторами яких є базові аксіоконцепти TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ – структури знань, що містять інформацію двох ярусів: етимологічного (де збережені етнічні константи – архетипи позасвідомого) і актуального (багатовимірною поєднання ціннісно-поняттєвого, ціннісно-оцінного і ціннісно-образного компонентів, які відображають культурно-ціннісні домінанти на різних етапах етногенезу і визначають моделі поведінки етносів у конкретний період).

5. Домінування цінностей семіометризовано за основними трьома параметрами, якими є: “INTEREST / ІНТЕРЕС, MEANING / ЗНАЧИМІСТЬ і RESULT / РЕЗУЛЬТАТ” – мотивами в житті людей і які є смислоутворюваними доменами аксіоконцептосфери, де перший параметр зумовлений біологічними, соціальними й індивідуальними потребами людини, другий – їхнім значенням для людини в порядку першочерговості, третій – сприятливістю/несприятливістю для соціуму й людини. Категоріально-ціннісні домени – це сфера формо- і смислотворення аксіоконцептів, між якими наявні багатовимірні складні холистично-синергетичні відношення на зразок моделі калейдоскопічної матриці.

6. Зіставлення первісної і сучасної та психолінгвістичної (асоціативної) семантичних структур імен ціннісних концептів та їхніх синонімів надало змогу виміряти ступені збереження ціннісних констант й актуалізованих у мовній свідомості британців і українців національно-ціннісних доміант.

7. Ціннісне діяхронійне ядро субматриць аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНИ, збережене й відображене у свідомості британців й українців, формувалося шляхом послідовного становлення світоглядних цивілізаційних засад БУТТЯ, яке в британській культурі уособлено в одному аксіоконцепті TRUTH, тимчасом в українській – у двох ціннісних концептах ІСТИНА і ПРАВДА, поступова смислова семантизація якого у свідомості як британців, так і українців відбувалася на основі відчуття віри їхніми пращурами-індоєвропейцями, а згодом прагерманцями й праслов'янами. Натомість, первісні космогонічні уявлення про віру розчинилися уже в християнсько-біблійній свідомості британців у трьох позначеннях: у дериваті *trust* та запозичених із латини в англійську мову лексемах *belief, faith*, а в українців – в одній – лексемі *віра*, зберігаючи при цьому тісні семантичні зв'язки з індоєвропейськими першозначеннями.

8. Перші ціннісно-світоглядні уявлення про такі поняття, як “good” / “добро є семантичними трансформами попередніх першозначень. Етимологічні версії першозначень і.-є. коренів для лексеми *good* надали

змогу визначити ядерну етнічну ціннісну константу, що символізує ідею єднання як між собою, так і єднання з божеством для пізнання істини та віри в неї і, головне, для отримання від цього єднання матеріальних благ як винагороду за шанування порядку й водночас відчуття задоволення, тобто морально-духовного блага. Щодо первісних уявлень про “добро” у праслов’ян, то вони формувалися теж через ідею отримання благ від Даж(д)ьбога, який дарував багатство й наділяв добром (перехід і.-є. *\*dhabh-/dhābh* в і.-є. корінь *\*bhag-* і псл. корінь *\*bogъ* “бог”: псл. *\*bogatъ* “заможний” (букв. “той, що перебуває під опікою богів”), псл. *\*sъbožъje* (укр. *збіжжя*) “щастя, багатство”).

9. Семантичні паралелі і.-є. *\*d-*коренів простежуються у прагерманських і праслов’янських рефлексах, об’єднаних спільним значенням “творити” з його семантичними зсувами у “те, що створено з чогось і набуло зовнішньої форми”. Це пояснює той факт, що в індоєвропейських мовах фонеморфологічні й семантичні трансформовані похідні стали основою для формування первісних уявлень прагерманців і праслов’ян про BEAUTY/КРАСУ як акт творення зовнішнього (світоустрою і порядку) і внутрішнього світу (гармонії) за космічними законами.

10. У давніх культурах поступово формується усвідомлена потреба диференціації речей на ті, що приносили задоволення й сприймалися як корисні, й на ті, що були несприятливими, а тому уважалися шкідливими. Це підтверджено аналізом семантичних переходів загального значення і.-є. *\*d-*коренів “творити”, яке реконструюється для запозиченої з латини в англійську мову лексеми *benefit* і на базі якого світоглядно в ті далекі часи у свідомості індоєвропейців закладалося розуміння поняття “діяльності” загалом як позитивного фактора і водночас мотиватора для отримання вигоди спершу як матеріальної, а згодом і духовної. Тимчасом в українській мові спостерігаємо етимологічні зв’язки лексеми *користь* з праслов’янськими формами *\*koristъ/\*koristъ/\*korystъ, \*koristati/\*koristiti*, первісна семантика яких “захопити, здобути” була пов’язана з позначенням

цими лексемами уявлень про матеріальну здобич у результаті військових агресивних дій.

11. Навколоядерна зона континуумів утворювалася на основі подальшої менталізації й концептуалізації ціннісних першозначень уже безпосередньо в кожній лінгвокультурі (шляхом розщеплення еквіполентності значень та їх протилежної фіксації в різних іменах, де переходи семантичних континуантів проходили у трьох напрямках: 1) абстракції, 2) конкретизації-специфікації, 3) термінологізації, зберігаючи ядерні етнічні константи й водночас випромінюючи нові, уже національно-культурні, смислові домінанти.

12. Етносеміометрія індивідуальної складової британської й української аксіоконцептосфер здійснена в роботі за допомогою проведення асоціативного експерименту із залученням універсального інструмента Google Forms, в якому взяли участь 105 британців і 110 українців. Результати опрацювання реакцій респондентів відображають різні національно-культурні ціннісні домінанти сучасних британців і українців. Для перших домінантами виявилися матеріальні (*money*) і соціальні (*independence*) цінності, на відміну від українців, першочерговими для яких є соціально-індивідуальні (*сім'я*) та біологічні (*здоров'я*) цінності.

13. Одна з серйозних змін ціннісної свідомості українців, виявлена у результаті проведення експерименту, – це перехід від споглядального (східнослов'янського) типу культури до активно-діяльнісного (західноєвропейського) типу, ключовою ознакою якого є акцент на індивідуальних досягненнях особистості, на ЗНАЧИМОСТІ ролі окремого індивідуума в трансформації світоглядних національно-культурних парадигм. Індикаторами цих змін є асоціативні значення наданих реакцій українців на стимули “ІНТЕРЕС”, “ЗНАЧЕННЯ ІНТЕРЕСУ” і “РЕЗУЛЬТАТ” в їх проєкції здебільшого на соціальні й індивідуальні потреби респондентів у кореляції з аксіоконцептами ІСТИНА і ДОБРО.

**Практичне значення одержаних результатів** дослідження. Запропонована модель етносеміотричної параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців може бути екстрапольована для подальшої інтерпретації ціннісних картин світу інших народів. Основні результати роботи можуть бути використані перекладачами у процесі їх професійної діяльності, при написанні магістерських робіт з перекладознавства, у викладанні навчальних дисциплін: “Загальне мовознавство”, “Порівняльна типологія англійської та української мов”, “Лексикологія англійської мови”, “Прикладна лінгвістика”, “Теорія та практика перекладу”, “Сучасна українська літературна мова”, “Стилістика української мови”, “Лінгвокраїнознавство”, “Теорія міжкультурної комунікації”, а також при укладанні англо-українського словника лінгвоаксіологічних термінів.

**Апробація результатів дослідження** здійснювалася на *двадцяти* наукових заходах різних рівнів, серед яких – *один* міжнародний конгрес: “Trajectories 14-th World Congress of Semiotics” (Argentina, Buenos Aires, 9-13 September 2019); *двадцять дві* міжнародні конференції: “Сучасні проблеми германського та романського мовознавства” (Рівне, 15 лютого 2018 р.); “Україна і світ: діалог мов та культур” (Київ, 11-13 квітня 2018 р.); “Ключові проблеми сучасної германської та романської філології” (Полтава-Старобільськ, 20 квітня 2018 р.); “Корпусна лінгвістика: розроблення технологій нового покоління” (Київ, 25 квітня 2018 р.); “Modern philological research: a combination of innovative and traditional approaches” (Georgia, Tbilisi, 27-28 April 2018 р.); “Інтелектуальна та емоційна складова навчання іноземних мов: новітні тенденції і завдання для вищої школи” (Київ, 8 червня 2018 р.); “Пріоритети германської і романської філології” (Луцьк-Світязь, 8-10 червня 2018 р.); “Актуальні проблеми романо-германської філології у контексті антропоцентричної парадигми” (Київ, 8 листопада 2018 р.); “The Word: Aspects of research” (Latvia, Liepaja, 29-30 November 2018); “Philology in EU countries and Ukraine at the modern stage” (Romania, Baia Mare, 21-22



December 2018); “Нове та традиційне у дослідженнях сучасних представників філологічних наук” (Одеса, 22-23 лютого 2019 р.); “Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці” (Київ, 28-29 березня 2019 р.); “Інноваційні технології у контексті іншомовної підготовки фахівця” (Полтава, 7-8 травня 2019 р.); “Мова як засіб міжкультурної комунікації” (Херсон, 16-17 травня 2019 р.); “Пріоритети германської і романської філології” (Луцьк-Світязь, 31 травня-2 червня 2019 року); “Філологія початку XXI сторіччя: традиції та новаторство” (Київ, 14-15 червня 2019 р.); “Переяславська Мовознавча Толока” (Переяслав-Хмельницький, 19-20 вересня 2019 р.); “Світ мови – світ у мові” (Київ, 24-25 жовтня 2019 р.); “Urgent problems of Philology and Linguistics – 2019” (Hungary, Budapest, 3-rd of November 2019); “Innovation in Language Learning” (Italy, Florence, 14-15 November 2019); “Проблеми лінгвістичної семантики” (Рівне, 21 листопада 2019 р.); “Actual Problems of Science and Education, APSE – 2020” (Hungary, Budapest, 2-nd of February 2020); *дві* всеукраїнські: “Стратегії розвитку та пріоритетні завдання філології” (Запоріжжя, 19-20 жовтня 2018 р.); “Паралелі та контрасти: мова, культура, комунікація” (Одеса, 2 листопада 2018 р.); на щорічних *звітно-наукових конференціях* НПУ імені М.П. Драгоманова: “Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету” (Київ, квітень 2018-2019 рр.).

**Публікації.** Проблематику, теоретичні й практичні результати дисертаційної роботи викладено у *тридцяти чотирьох* публікаціях, серед яких *одна* монографія, *один* розділ у колективній монографії, *одна* стаття, що індексується в міжнародній наукометричній базі Web of Science, *п'ятнадцять* статей у фахових виданнях України, *чотири* статті – в міжнародних періодичних виданнях інших держав, *дванадцять* тез доповідей наукових конференцій.

**Структура й обсяг роботи.** Дисертація складається з анотацій двома мовами, вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури (448 позицій, з яких 78 – іноземними мовами), списку

лексикографічних джерел (64 позиції) та 5-х додатків. Загальний обсяг роботи – 564 сторінки, обсяг основного тексту дисертації – 475 сторінок.

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету, визначено завдання, об'єкт, предмет, наукову новизну одержаних результатів, методи дослідження, охарактеризовано фактичний матеріал, практичне значення одержаних результатів, а також указано форми їхньої апробації і структуру роботи.

**Розділ I “Етносеміотричні засади вивчення процесу параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфер у різних лінгвокультурах”** присвячений формулюванню концептуальних положень дисертації, зокрема визначенню онтологічної й гносеологічної сутності логіко-поняттєвої і лінгвокогнітивної категорії цінностей та етапів становлення науки аксіології; критичному аналізу наявних діахронно-синхронних сегментів філософських підходів до параметризації цінностей; новому визначенню поняття аксіоконцептосфера як мотиваційного континууму етнічних констант і культурно-ціннісних домінант представників певної лінгвокультури; обґрунтуванню необхідності розробки нової теорії і методології для виконання етносеміотричної параметризації матричної структури категоріально-ціннісних доменів і концептів.

У **Розділі II “Методологія здійснення етносеміотричної параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфер в англійській та українській мовах”** з позицій принципів холізму, культурного детермінізму, функціоналізму і когнітивно-синергетичної системності розроблено методіку конструювання моделі аксіоконцептосфери у кожній із мов та аналізу відображення в ній етнічних констант і національно-ціннісних домінант.

Принципи будь-якого дослідження віддзеркалюють, по-перше, засадничі основи відповідної науки і, по-друге, дослідницький світогляд. Тому вони набувають методологічного значення і відіграють роль своєрідних орієнтирів, основ кожної наукової роботи як дослідницького процесу.

Принцип *аксіологізму* є визначальним для репрезентації аксіоконцептосфери як структури свідомості, ментального утворення, яке має ціннісно-поняттєве ядро та параметровимірювану периферію, зокрема для послідовності конструювання компонентів її мотиваційного континууму як особливого формату багатовимірного ціннісного знання, що представляє систему взаємопов'язаних когнітивних контекстів.

На основі принципу *холізму* мотиваційний континуум аксіоконцептосфери представлено як структурно-організовану сукупність базових, суміжних і перехресних загальнокатегоріальних мотиваційних доменів і потреб та аксіоконцептів, відображених у свідомості британців й українців.

На засадах принципів *етнокультурного детермінізму*, який ґрунтується на основному підході до розуміння “культури” як середовища, де формуються цінності, а також на понятті національної й субкультурної ідентичності, розроблено оптимальну таксономію цінностей, яка відображає когнітивно-мотиваційний підхід до їхньої онтолого-гносеологічної сутності і базується на поглядах античних філософів, які першими осмислили трансцендентальність такої тріади, як “Істина”, “Добро”, “Краса”, а пізніше додали 4 категорію – “Користь”.

У **Розділі III “Етносеміометрія мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британської й української лінгвокультур у діахронії і синхронії”** виявлено першозначення (індоєвропейські, прагерманські й праслов'янські) імен аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ, а також механізми їх семантичної трансформації, які зазнали не лише розвитку, а й набули термінологізації. Нові сучасні значення аксіоконцептів є результатом їхньої інтеграції в аксіоконцептосферу з інших предметних і абстрактних сфер буття. Здійснено семіометричну діагностику семних складників сучасної структури аксіоконцептів у двох мовах.

**У Розділі IV “Асоціативна етносеміометрія мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців”** сконструйовано асоціативні поля доменів й аксіоконцептів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер британців й українців за результатами проведення асоціативного експерименту з носіями кожної мови, опрацьованими за допомогою комп’ютерних інформаційно-аналітичних систем; *виміряно* індекси продуктивності наданих асоціатів на стимули “Інтерес”, “Значення Інтересу”, “Результат Інтересу” та матричні аксіоконцепти TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ.

РОЗДІЛ 1

ЕТНОСЕМІОМЕТРИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ  
ПРОЦЕСУ ПАРАМЕТРИЗАЦІЇ МОТИВАЦІЙНОГО КОНТИНУУМУ  
АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР У РІЗНИХ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ

**1.1 Онтологічна й гносеологічна сутність логіко-поняттєвої і лінгвокогнітивної категорії “цінність” та етапи становлення науки аксіології**

Сучасна антропозорієнтована лінгвістика в її широких міждисциплінарних напрямках продовжує досліджувати питання зв'язків мови і свідомості, мови і мислення, мови і культури, мови і етносу (С.В. Воркачов, В. І. Карасик, Ю. С. Степанов, Й. А. Стернін, А. М. Приходько, Т.В. Цив'ян та ін.) тощо, основним завданням яких є розкриття механізмів процесу категоризації явищ навколишньої дійсності представниками різних соціумів, в результаті якого утворюються певні категорії, найбільш проблемною з-поміж яких залишається категорія цінностей [Леонтьев 1996], бо навколо неї продовжують точитися давні (починаючи від античності) й тривалі дискусії як у плані її онтологічної сутності, так і в аспекті кореляції з іншими світоглядними категоріями (J. Dewey, R. В. Perry, N. Rescher та ін.), а також способами відображення у картинах світу (концептосферах) конкретних етносів. Проте, вже попередні спостереження над роздумами вчених, які практикують у цій сфері, переконують у тому, що категорія цінностей все ж таки є базовою і фундаментальною на тлі інших категорій.

Підтвердження цьому припущенню дуже влучно сформулював В. В. Ільїн у своїй праці “Аксіологія”, зазначивши, що “людський світ – це світ цінностей, який викристалізований через оцінювання людиною Буття за бінарними параметрами (або опозиціями) реальне / бажане, наявне / необхідне, раціональне / ірраціональне” [Ильин 2005, с. 4].

Названі ученим параметри становлять онтологічну основу цінностей, а тому їх можна розглядати як когнітивні цінності, зміст яких формується у процесі конкретної гносеологічної практики пізнання людиною довкілля, її природної здатності категоризувати знання й досвід, які вона акумулює протягом свого життя (М. М. Болдирев, В. З. Дем'янков, О. С. Кубрякова, Дж. Лакофф та ін.), а також завдяки рефлексивній діяльності учених різних сфер гуманітарного знання, які дійшли висновку, що всі явища навколишнього світу набувають тієї чи іншої форми у свідомості людини, однією з яких є категоріально-концептуальна представленість предметів матеріального і нематеріального світу у вигляді поняттєвих категорій, які відображають складні когнітивні процеси, властиві людині.

Оскільки поняттєві категорії є поєднуваним елементом між мисленням і мовою, то, на думку А. Р. Аракелової, їх потрібно вивчати у тісному зв'язку з категоріями лінгвістичної семантики (М. В. Нікітін та ін.). В основі такого когнітивного механізму осмислення світу людиною та переробки різноманітної інформації лежить як змістовно, так і структурно складна система цінностей [Аракелова 2017, с. 11, с. 31], міждисциплінарний підхід до вивчення яких дозволяє визначати, інтерпретувати, передбачати і, відповідно, певною мірою впливати на мотиви поведінки людини, досліджувати смисловий простір культури в цілому й соціального інституту або окремого індивіда [Аракелова 2017].

З огляду на таку постановку проблеми слід припустити, що безпосередньо лінгвоаксіологічна проблематика у заявленій міжпарадигмальності зосереджена на розробці власної теоретико-методологічної бази, на засадах якої можна буде пояснити, за допомогою яких лінгвокогнітивних механізмів цінності відображаються у свідомості представників конкретних етнокультур та як кожна мова інтерпретує результати цього відображення на основі власних оцінних ресурсів. Загалом, як показує історичний досвід розвитку науки, насамперед, історії наукового пізнання, зміст когнітивних цінностей є динамічним і мінливим, що

зумовлено такими основними факторами: соціокультурними умовами пізнавальної діяльності, філософською рефлексією змісту цих цінностей, типом об'єктів когнітивної діяльності, а головне, способами і засобами їхньої фіксації (вираження).

Окреслені припущення щодо виявлення когнітивної природи ціннісних домінант представників різних етнокультур закладені у проблематиці науки про теорію цінностей – аксіології, мета якої полягає в комплексному аналізі якостей і властивостей предметів, явищ, процесів, що здатні задовольняти потреби, інтереси й бажання людей. При цьому основну функцію аксіології філософи вбачають у розкритті цінностей “як смислоутворюваних засад людського буття, які визначають орієнтири й мотивацію життєдіяльності особистості” (ціннісні орієнтації, або ціннісні домінанти) [Філософский 2002, с. 26].

І не випадково, що в широкому сенсі аксіологія [...] передбачає вивчення всього спектру соціальної, художньої та релігійної практики людського пізнання, людської цивілізації і культури загалом. Цією проблематикою науковці цікавилися завжди, проте “вперше ґрунтовне вчення про цінності було представлено у 60-х роках XIX ст. німецьким філософом Р. Г. Лотце у трактаті “Основи практичної філософії”, який за критерій виявлення цінностей обрав таке поняття, як значимість (тобто смисл). Згодом у 1902 р. на позначення сфери філософських проблем, дотичних до цінностей, французький філософ П. Лапі ввів термін “аксіологія” (що поступово витіснив свого “конкурента” – термін “тімологія”, започаткований І. Крейбігом), який через два роки (1904 р.) був представлений Е. фон Гартманом як номен на позначення однієї з основних дисциплін у системі філософської доктрини [Шохин, Аксиология // Новая философская энциклопедия, 2010; Ан, Белинова 2014, с. 231].

Натомість категорійний статус цінностей, що формують аксіосферу і досі залишається предметом жвавих дискусій. На сьогодні методологічно категорійний статус цінностей визначають переважно на основі чотирьох

параметрів: 1) *філософсько-соціального* (В. С. Соловйов, М. О. Бердяєв, М. О. Лосський), 2) *когнітивно-психологічного* (Т. Кржежовські, У. Найссер, Є. Ф. Серебренникова), 3) *культурологічного* (Б. Малиновський, Е. Тоффлер, Т. Парсонс, Ю. Хабермас) і 4) *лінгвістичного* (Н. Д. Арутюнова, С. В. Воркачов, В. І. Карасик, І. В. Чекулай та ін.). Для того, щоб аргументувати важливість указаних параметрів для формування поняттєвого і лінгвістичного категорійного статусу цінностей, розглянемо базові положення кожного з них.

1.1.1 Передкласичний етап формування категорійного статусу цінностей. На думку А.Р. Аракелової, “цінності – це категорія, перш за все, філософська, проте наразі даний феномен вивчається крізь призму різних гуманітарних наук, насамперед, соціології, когнітивної психології, культурології, та, безперечно, лінгвістики. Тимчасом поняття, закладені у терміні “цінності”, завжди були зумовлені відповідними течіями і спрямуванням філософської думки, що панувала у той чи інший період” [Аракелова 2017, с. 11].

Історію філософської думки у становленні категорійного статусу цінностей стисло, але дуже послідовно синтезовано у статті С. А. Ан та О. А. Белінової “Концептуалізація цінності як філософської категорії”, основні етапи і напрями якої дозволимо тут навести з цієї праці і прокоментувати, зокрема ті, що є дотичними до проблематики даного дослідження.

Авторки статті обґрунтовують важливість і доцільність аксіологічного підходу загалом для сучасної гуманітаристики і особливу увагу приділяють аксіології як науці, визначаючи її, покликаючись на “Философский энциклопедический словарь”, як напрям філософської наукової думки, як вчення про цінності [ФЄС 2001, с. 12; Ан, Белинова 2014, с. 230], у становленні якого філософи виділяють три основні періоди (цитуючи думки й положення, сформульовані у роботах сучасних філософів із цієї проблематики, посилання на які ми теж наводимо у квадратних дужках): 1)



*передкласичний* (1860 – 80-і роки), 2) *класичний* (1890 – 1920-і роки), 3) *посткласичний* (з 1930-х років і донині) [Жуков 2009, с. 20], розглядаючи зокрема й передумови становлення першого періоду на основі наукової філософської думки різних епох (Античності, Середньовіччя, Відродження, Просвітництва), коли ціннісний світогляд формувався у контексті розробки загальних проблем етики й естетики, на тлі яких утверджувалися духовні орієнтири особистого й суспільного життя людини [Баєва 2004, с. 9].

Уже антична філософія, як переконує Л. Столович, була аксіологічно орієнтованою, адже вона сповідувала антропологічний принцип про те, що “Людина є мірилом усіх речей” [Столович, с. 25] і намагалася **виміряти** (ці тези якнайкраще підтверджують актуальність етносеміотричного напрямку у вивченні аксіологічної проблематики, що вперше ґрунтовно й по-новому розробляється в даному дисертаційному дослідженні) ступінь суб’єктивної оцінки у процесі сприйняття об’єктивних цінностей. Власне цей принцип був транспортований і в сучасну антропоцентричну лінгвістику, коли вона почала переорієнтацію від іманентного суто структурного вивчення мов до аналізу зв’язків мови і людської свідомості, мови й пізнання людиною світу тощо. У центрі дослідження цих процесів перебуває людина та її цінності, що й пояснює необхідність розробки таксономії цінностей вже в античну добу.

Скористаємося окремими цитатами з уже згаданої статті С. А. Ан та О. А. Белінової, які є важливими для аргументації статусу цінностей як поняттєвої і водночас лінгвістичної категорії. Дослідниці, спираючись на праці різних філософів, зазначають, що “[...] в античній філософії питання про цінності було безпосередньо включено до структури питання про Буття: повнота Буття розумілася як абсолютна цінність для людини, яка виражала одночасно етичні й естетичні ідеали. Зазначається, що вперше питання про цінності було сформульоване Сократом, який намагався осмислити, що таке Благо [Ан, Белинова 2014, с. 230].

І вже в концепції Платона Благо ототожнюється з Буттям, Добром і Красою. Зокрема, у “Законах” Платона з’явилися перші спроби класифікації

цінностей за двома категоріями: 1) звичайні цінності (душевні, тілесні, зовнішні) і 2) метацінності, наявність яких уже є ціннісним фактом. Це дало підстави припустити, що саме в цей час поступово у філософський ужиток входить поняттєва тріада – “Істина, Добро, Краса” [...].

А в Арістотеля цінність благ співвідноситься з категорією мети: цінним є те благо, яке найближче до мети [...], а найціннішим – те, яке сприймається як загальне благо для всіх [Шохин, Ценность, Новая философская энциклопедия: в 4 томах]. Формулюючи одну з найважливіших для аксіології проблем: співвідношення суб'єктивних оцінок і об'єктивності цінностей, давньогрецький філософ наголошує на залежності цінностей від віку та етичних якостей людей: “[...] цілком зрозуміло, що різні речі не можуть здаватися однаково цінними для дітей і дорослих [...]”; однак саме “добропорядна й добродісна людина є мірилом справжньої цінності” [цит. за пр. за Столович, с. 32]. Наводячи ці погляди Арістотеля, в яких криється тодішня необхідність їх класифікації, сучасний філософ Л. Столович при цьому зазначає, що, попри прагнення і зусилля філософів Давньої Греції, такі основні ціннісні поняття, як “Істина”, “Добро”, “Краса”, “Користь” ще не були чітко усвідомлені, а тому й диференційовані [Столович, с. 24].

У період Середньовіччя, з одного боку, відбувається переоцінка класичних античних цінностей, а з іншого, – разом з нормативними регуляторами суспільних відносин особливу роль починають відігравати релігійні цінності, які поєднали в ідеї Бога цінності Істини, Добра і Краси [...]. Хоча і в середньовічних мислителів, на думку М. С. Кагана, також ще не було сформоване цілісне уявлення про природу цінностей та їх конкретних модифікацій, бо [...] теологи визнавали лише одну справжню цінність, якою є Бог, а решта цінностей: моральні, естетичні, політичні, навіть сама Істина, – це для релігійної свідомості є лише еманациями Божества, маніфестаціями потойбічного світу, божественно-духовної енергії. І, незважаючи на те, що в цей період, як уважає М. С. Каган, аксіологія умовно розчинилася в теології,

проте саме тоді розпочалася філософська категоризація понятійної тріади “Істина, Добро, Краса” [Каган, с. 10-11].

В епоху ж Відродження Людина піднесена у ранг Вищої цінності, санкціонованої самим Богом. У цей час знову відбувається поєднання цінностей реального й ідеального Буття [...]. Погоджуємось з припущеннями М. С. Кагана, який пише про те, що доба Відродження повернулася до тих ідей, які стосувалися уявлень про земне буття ... і тим самим прагнула розкрити своєрідність кожної з цих форм у ставленні людини до навколишнього світу. У цей час намітилися тенденції до окремих міркувань про моральні цінності (Л. Балла), про красу як естетичну цінність (Л. Б. Альберт) ... [Каган, с. 11-12]. Проте зв'язок між цими групами цінностей як першими витокami формування загальнокультурних ціннісних домінант ще не усвідомлювався науково, а поняття “цінність” не набуло філософського категорійного статусу.

Важливою для розробки проблематики цінностей у XVII ст. стала концепція Паскаля, у філософських міркуваннях якого обстоюється когнітивна емоційно-оцінна сутність природи цінностей. Учений припускав, що цінності – це не абстрактна сентиментальність і не суто суб'єктивна фантазія, а особлива здатність судження (саме тут криється когнітивна природа цінностей). Насамперед, філософа цікавили моральні цінності, потім уже цінності естетичні, політичні й правові [цит. за пр.: Вышеславцев, с. 241]. Вище за моральні цінності Паскаль ставить цінності релігійні, виділяючи з-поміж останніх головну – “святість” [Вышеславцев, с. 243]. Ієрархія цінностей, на думку Паскаля, завершується визнанням найбільшої (у сучасних термінах – домінантної) цінності, що відчувається, як Вища святість, як Вища досконалість. Мислитель був переконаний у тому, що ієрархія цінностей уже встановлена Богом і дана в християнському одкровенні [там само, с. 244]. Згодом його погляд став одним із визначальних факторів у таксономії цінностей як домінантних орієнтирів для різних народів і культур.

Доба Просвітництва актуалізувала нові цінності: розум, свобода волі, практична користь, наука і прогрес [...]. Європейська культура XVII-XVIII ст. жила когнітивним пафосом пізнання світу і не лише природи, а й суспільства, і людини, і культури [Каган, с. 12]. У філософському вченні Д. Юма “людина народжена переважно для діяльності, і у своїй поведінці вона керується почуттям, прагнучи до одного об’єкта й уникаючи інший, залежно від тієї цінності, яку вона приписує цим об’єктам” [Юм, с. 5].

Інтенсивний розвиток інтересу до цінностей спостерігається наприкінці XVIII століття, завдяки філософській системі І. Канта, коли антична аксіологічна тріада “Істина, Добро і Краса” трансформуються в самостійні філософські дисципліни: логіку, де мислення прагне досягти своєї мети – пізнання й доведення істини; етику, де воля прагне своєї мети – бути доброю; естетику, де почуття прагне опанувати красу. Категорію “цінність” І. Кант тісно пов’язує з поняттям культури, суть якої полягає в суспільній цінності людини загалом” [цит. за пр.: Ан, Белинова 2014, с. 231]. Класифікацію цінностей І. Кант будує на когнітивно-емоційно-оцінних засадах, поділяючи їх на відносні й абсолютні [Кант, с. 269]. Домінантою для нього є мораль як найвища цінність характеру людини, яка починається з обов’язку [Кант Соч., с. 237].

Як бачимо, наукова філософська думка передкласичного періоду щодо розуміння цінностей підготувала потужні теоретичні засади для формулювання основних положень науки про цінності. В античну добу у філософський ужиток входить поняттєва тріада “Істина, Добро, Краса”, яка продовжує обговорюватись і в Середньовіччі, проте категоризація цієї тріади як окремих понять тоді ще не відбулася. В добу Відродження вже простежується тенденція до набуття категоріального статусу кожної із цих цінностей, яке завершується в добу Просвітництва, коли вони трансформуються в самостійні філософські дисципліни: логіку, етику, естетику.

1.1.2 Класичний етап у вивченні цінностей та його роль у категоризації аксіосфери. У цьому періоді розвитку аксіології, схарактеризованому вже у згаданій праці С. А. Ан та О. А. Белінової “Концептуализация ценности как философской категории”, наведено погляди М. О. Лосського [Лосский 1931, с. 6 – 7] й А. Мессера [цит. за пр.: Каган 1996, с. 23], які виділили п'ять філософських підходів/напрямів до вивчення цінностей.

Схарактеризуємо стисло ці положення щодо природи цінностей, які важливі для їхньої параметризації як поняттєвої категорії, що сформована, насамперед, на основі філософського параметру. “Для першого напрямку (підходу), названого М. О. Лосським *психологізмом*, характерне твердження про те, що джерелом цінностей є біопсихологічні потреби людини, що будь-який предмет має цінність лише остільки, оскільки він викликає в духовному житті суб'єкта деякі індивідуально-психологічні переживання (задоволення, бажання тощо) [...]. Другий – *ідеалістичний* напрям сягає баденської школи неокантіанства (В. Віндельбанд, Г. Ріккерт), що утверджує цінність як ідеальне Буття. Цінність – це не реальність, а ідеал, носієм якого є трансцендентальний суб'єкт – “свідомість взагалі” [Виндельбанд 2007, с. 37]. В основу неокантіантської аксіології покладено дуалізм іманентного Буття і трансцендентного Смыслу (цінності), який, вступаючи у відношення з суб'єктом, перетворюється для нього на імператив. У 80-х–90-х рр. ХІХ ст. філософи-неокантіанці дійшли висновку, що світ ділиться на Буття й Цінності, які поза і “над” Буттям і є для людини сутнісно-значимими, але не у звичайній практиці, а через прояви в духовності й культурі. Йшлося про такі цінності, як “Добро, Краса, Віра або Бог і Істина”. Цінність певний час ототожнювалася зі значимістю, тобто смыслом [...]. У третьому напрямі – *феноменологічному* (М. Шелер, Е. фон Гартман) – цінності – “це сутності”, незмінні ідеальні утворення поза реальним буттям, що є умовою того, що щось реальне є взагалі цінним [...]. Четвертий напрям – *ідеалістично-реалістичний* (Г. Мюнстерберг) – започаткований на поч. ХХ століття у

праці Г. Мюнстерберга “Філософія цінностей” з підзаголовком “Основні принципи світогляду”, де вперше в історії аксіологічної думки було виявлено закономірність побудови світогляду людини від ціннісного осмислення нею світу і виділено логічні, естетичні, етичні, метафізичні, а також життєві й культурні цінності [...]. Як бачимо, це була одна з перших класифікацій цінностей. П'ятий напрям – *реалістичний* (В. Штерн), представники якого заявили, що цінність не існує сама по собі, а стосується чогось або когось, тобто носія цінностей” [Ан, Белинова 2014, с. 231-233].

З наведених філософських підходів до осмислення цінностей випливає припущення, що ця філософська категорія не може бути пізнана поза особистісним й етноспецифічним модусами. У зв'язку з цим соціальний параметр не можна відокремлювати від філософського, без якого неможливо науково пояснити природу найважливіших ціннісних смислів індивіда і суспільства. Виходячи з цього, важливим стає науковий пошук і встановлення зв'язку цінностей з різними соціальними факторами.

Завдяки соціальному контексту вивчення цінностей, за словами Ю.О. Ладигіна, можна визначити, “які сфери життя того чи іншого народу, особистісні характеристики людей, їх інтелектуальні, антропологічні особливості стають об'єктами оцінки” [Ладыгин 2011, с. 162].

Про важливість соціального параметру як складника філософського пише у своїй праці М. Рокич “Природа цінностей людини” і, перш за все, про те, що зміна ціннісних орієнтацій особистості призводить до поведінкових змін, до зміни модальності до явищ навколишньої дійсності [Roskeach 1973]. Домінантні соціокультурні установки у формі стереотипів демонструють ставлення людини до вибору життєвих пріоритетів та загалом горизонту її Буття [Серебренникова 2011, с. 16].

1.1.3 Когнітивно-психологічні й лінгвістичні механізми категоризації аксіосфери. Серед життєвих пріоритетів засновники аксіологічного напрямку в когнітивній психології і пізніше в рамках

досліджень з когнітивної лінгвістики (Т. Кржежовскі, П. Пауелс, А. М. Саймон-Ванденберг та ін.) визначили такі поняття, як “любов”, “дружба”, “традиція”, “материнство” тощо, включаючи й ті ціннісні поняття, які не існують поза досвідом людини, а залежать від їхнього осмислення людиною. Всі ці поняття – результати когнітивних процесів і зокрема процесів концептуалізації світу [Krzyszowski 1997, p. 24], про що йшлося вже вище.

Когнітивно-психологічний фактор у категоризації й концептуалізації цінностей тісно пов'язаний із наступним культурологічним, а особливо – з лінгвістичним. Про те, що цінності є результатом процесів категоризації, концептуалізації і, насамперед, вербалізації, пише Є. Ф. Серебренникова: “цілісні національні образи світу, що породжує кожна з лінгвокультур, у своїй комбінаториці навколо етнокультурних доміант, утворюють певну концептосферу, унікальний характер якої зумовлений саме ціннісним її виміром” [Серебренникова 2011, с. 22].

Зіставні дослідження різних етнокультур в аспекті аналізу їх цінностей спрямовані на виявлення не лише відмінностей в організації життєвих пріоритетів кожної культури, що визначають спосіб життя, мислення її представників, а й на вивчення ставлення представників однієї країни і культури до інших народів (гетеростереотипи). Розробка питань, пов'язаних з цінностями, важлива для розкриття специфіки картин світу – уявлень про навколишній світ, відображених у людській свідомості. Спектр цих питань сягає праць В. фон Гумбольта, які не вичерпали своєї актуальності й донині, бо в картині світу відображено головні фрагменти людської свідомості, що є рефlekсами на такі аспекти буття людини, як “мораль”, “право”, “мистецтво” тощо [Гончарова 2012, с. 396]. А тому вивчення картини світу здійснюється з урахуванням ціннісних параметрів, інтегрованих у кожну ситуацію життя людини.

З огляду на таку постановку проблеми В.І. Карасик виділяє “ціннісну картину світу”, яка включає в себе найважливіші смисли, що належать певній культурі. Сукупність ціннісних доміант даної культури утворює, на думку

вченого, певний тип культури, який підтримується і зберігається за допомогою мови [Карасик 2002, с. 117].

У зв'язку з цим постає питання щодо встановлення співвідношення між поняттями “концептосфера (картина світу)” і “ціннісна концептосфера – аксіоконцептосфера (ціннісна картина світу)”. Концептосфера як результат концептуалізації найважливіших смислів буття етносу і вираження їх у формі концептів, що є ціннісними для цієї спільноти та окремого її індивіда, – це багатовимірний простір, що має польову інваріантно-варіантну структуру (як і концепт – один зі структурних її компонентів), в ядрі якої розташована ціннісна концептосфера як її інваріант, або аксіоконцептосфера.

Говорячи про тісний зв'язок когнітивного параметру з культурологічним і лінгвістичним параметрами для категоризації цінностей, більшість дослідників (В. І. Карасик, Л. Т. Ягафарова та ін.) у своїх наукових пошуках спираються на ключове положення про ціннісні установки у культурі конкретного народу і у свідомості окремих його представників, зокрема на те, що цінності відображають характер кожної культури. У роботах, дотичних до цієї проблематики, науковці звертають увагу на необхідність аналізу культурного розвитку нації та людства в цілому (Е. Тоффлер, П. О. Сорокін), зокрема і з позицій виявлення способів передачі й засвоєння цінностей культури особистістю (М. Б. Туровський), а також реконструкції культурно-національної моделі світу, яка відображає категоризацію колективного досвіду в тій чи іншій лінгвокультурі (О. М. Готліб, В. В. Колесов та ін.).

Попередні спостереження над процесом категоризації цінностей на основі відповідних філософських, когнітивних і культурологічних параметрів дають підстави припустити, що ця категорія відображає здатність свідомості людини відображати дійсність через сукупність об'єктивного і суб'єктивного, індивідуального й колективного її сприйняття й переживання. Ментальні процеси, що відбуваються під час пізнання і категоризації навколишнього світу, становлять когнітивний досвід людини. У свою чергу, когнітивна



діяльність знаходить відображення в мові. Це підводить до логічного висновку про те, що цінності як найважливіший результат осмислення світу людиною, є не тільки поняттєвою категорією, утвореною за допомогою вищезгаданих параметрів, а й лінгвістичною категорією, яка може бути виявлена шляхом мовної параметризації, або діагностики. А для того, щоб цю процедуру виконати, слід розглянути, як категоризовані цінності у філософській доктрині і за якими принципами, параметрами і критеріями.

## **1.2 Діахронно-синхронні сегменти філософських підходів до параметризації цінностей**

Етносеміометрію методологічно визначають як вид семантичної інтерпретації цінностей, що онтологічно відображені у різних типах концептів як структур свідомості й мислення людини [Лингвистика и аксиология... 2011, с. 8].

Для реалізації і перевірки цієї наукової гіпотези першим завданням стає систематизація цінностей, класифікації яких розроблялися не одним поколінням філософів, проте і дотепер не вичерпали своєї проблематичності в їхній таксономії, на чому наголошують учені, які працюють у царині дослідження різних аспектів аксіологічної проблематики (В. П. Баришков, О. А. Івін, М. С. Каган, Є. С. Маслов, Д. О. Леонтьєв та ін.), центральною категорією якої є цінності. Найбільш дискусійним у цьому плані залишається, за спостереженнями Д. О. Леонтьєва, визначення поняття цінностей загалом. Наявні на сьогодні різноаспектні підходи до їхнього витлумачення учений розподілив за трьома напрямками, де цінності 1) розглядають або як конкретні, або як абстрактні сутності, 2) вважають або суто індивідуальною, або надіндивідуальною реальністю, 3) пов'язують або з еталоном/нормою, або з ідеалом [Леонтьєв 1996, с. 15–26]. Реконструюючи багатовимірний досвід вивчення цього поняття, Д. О. Леонтьєв виділяє такі форми існування цінностей: *соціальні ідеали* (цінності, сформовані

суспільною свідомістю і відображені в ній як загальні уявлення про досконалість/довершеність у різних сферах буття людини), *предметні цінності* (наявні в різних продуктах/результатах людської діяльності) та *особистісні цінності* (мотиваційні структури особистості, які стимулюють її до предметної реалізації у своїй діяльності суспільних ціннісних ідеалів) [Леонтьев 1998, с. 24–25].

Якщо сформулювати дуже узагальнено визначення цінностей, то звертаємо увагу на позицію Є. С. Маслоу, який їх розуміє “як властивість об’єкта, яка є небайдужою для суб’єкта” [Маслов 2010, с. 7]. При цьому дослідник не применшує дуже складної онтології категорії цінностей. “Людина оцінює дійсність, пише Є. С. Маслов, виходячи з тих орієнтирів, які складаються в ході соціально-дискурсивних практик і породжують певні типи стосунків між людьми (влада, кооперація, суперництво), визначають способи задоволення біологічних потреб людини, диференціюють інтереси різних груп людей (професійних і гендерних груп, націй, вікових груп). У процесі соціалізації кожний індивід засвоює соціально-культурні норми, адаптується до соціального середовища, користується готовими моделями / схемами думки, що склалися в конкретних культурно-історичних умовах. Тому цінності кожної людини є продуктом об’єктивних, надіндивідуальних процесів розвитку соціуму [Маслов 2010, с. 10].

1.2.1 Хронологічна сегментація цінностей у процесі формування аксіосфери. Діахронічний зріз філософських епох вивчення категорії цінностей, коли уже з’являється необхідність визначення їх когнітивної сутності, розробки таксономії та визначення ієрархічної структури, яка пов’язана з виявленням домінант для кожної культури, є тим науковим підґрунтям, яке дало змогу виділити, принаймні, **три основні хронологічні сегменти**, в рамках яких учені намагалися розробити об’єктивні критерії для систематизації наявних у кожний період таксономій цінностей.

У *першому сегменті* (1860-80-і рр.) категорія цінностей в її оновленому розумінні була витлумачена Р. Г. Лотце. Як і більшість філософів після Е. Канта, він уважав “головним критерієм для ціннісного світосприйняття “одкровення”, що впливає на відчуття цінностей і взаємозв’язки між ними, які є важливими для пізнання ціннісного світу загалом. В аксіологічній гносеології Р. Г. Лотце розрізняє поняття (Begriff) і думку (Gedanke): перше є об’єктивною стороною, друга – його ЗНАЧУЩІСТЮ (Geltung), тобто ЦІННІСТЮ. На цих критеріях ґрунтуються майже всі класифікації цінностей: естетичних, моральних, релігійних” [Шохин, Аксіологія, Новая философская энциклопедия: в 4 т.]

У монографії сучасного філософа В. К. Шохіна “Філософія цінностей та рання аксіологічна думка” наведена перша класифікація цінностей, яка була запропонована Е. фон Гартманом у праці “До історії і обґрунтування песимізму” (1880 р.) і побудована на таких відчуттях, як задоволення, доцільність, краса, мораль, а також на світосприйнятті, пов’язаному з релігійними уявленнями. Очевидно, як пише В. К. Шохін, “уже тут простежується прагнення до їх ієрархізації [Шохин, с. 55] з визначенням домінант для кожної культури й історичної фази розвитку соціуму. В. К. Шохін цитує Г. Геффдінга, який також намагався представити своє бачення класифікації цінностей і пов’язував їх із почуттями, говорячи про те, що всякому почуттю відповідає своя цінність: вітальному – збереження і розвиток життя, інтелектуальному – істина, естетичному – краса, етичному – добро, але над цими емпіричними цінностями “надбудовуються” ті, що відповідають релігійним почуттям, тобто вірі в те, що попередні цінності не знецінюються з припиненням фізичного існування людини” [Шохин 2006, с. 57].

Найбільш системне осмислення принципу ієрархізації цінностей в цьому історичному сегменті розвитку аксіології, за спостереженнями В. К. Шохіна, було зроблене М. Шелером, який уважав, що “усьому різноманіттю цінностей притаманний особливий порядок, який полягає в їх

ієрархічному характері й впливає з їх онтологічної сутності. Філософ запропонував *п'ять критеріїв* для їх *формальної ієрархізації*: 1) довговічність, 2) ступінь таксономії, 3) обґрунтованість іншими цінностями, 4) глибина одержуваного задоволення внаслідок їх реалізації, 5) ступінь відносності та *чотири бінарні ряди* – для *змістової ієрархізації* власне ціннісних модальностей: 1) ціннісний ряд моральних почуттів: приємне / неприємне, модусами якого є а також чуттєве задоволення / біль, справедливе / несправедливе; 2) ціннісний ряд вітальних почуттів: благополуччя, добробут / брак статків, модусами якого є життєве піднесення / занепад, здоров'я / хвороби, радість / печаль; 3) ціннісний ряд естетичних відчуттів: прекрасне / потворне, модусами якого є насолода / страждання; 4) вищий ціннісний ряд духовних почуттів: святе / звичайне, модусами якого є блаженство / відчай, віра / зневіра [Шохин, 2006, с. 59].

*Проблематика другого хронологічного сегменту* розробки *теорії цінностей* (який називають класичним періодом, що тривав з 1890 до 1920 р.) стала провідною в європейській науковій думці. Класичну аксіологію розглядають як єдність аксіології “формальної”, – що вивчає загальні закони, за якими встановлюються відношення між цінностями (тобто їх формальна ієрархія), і аксіології “змістової”, яка безпосередньо вивчає зміст у структурі, тобто в ієрархії, установлених цінностей. Окрім того, аксіологічна проблематика досліджує як онтологію цінностей – питання про їх буттєву локалізацію та їхнє співвідношення з існуванням (екзистенцією) людини взагалі, так і гносеологію – питання про співвідношення цінностей і та їхнє пізнання. Ці чотири сфери складають, по суті, фундаментальну теорію цінностей, яка сформувалася саме в цей період [Шохин, Аксіология, Новая философская энциклопедия: в 4 т.].

І, на наше глибоке переконання, ці чотири фундаментальні принципи аксіології мають бути покладені в основу розробки таксономії цінностей. Наближену до такого підходу представив класифікацію цінностей у своїх філософських творах Г. Ріккерт, який виділив шість сфер цінностей:

1) наукові цінності, серед яких – Вища Істина; 2) естетичні цінності – тут, передовсім, домінантою є Краса; 3) пантеїстичні цінності, – відповідно до яких домінантою визнається Єдиний Бог; 4) соціально-етичні або моральні цінності, що виявляються в понятті Благо; 5) цінності кохання; 6) цінності віри [Ріккерт, с. 374-387]. Припускаємо, що п'ята категорія цінностей є одним із компонентів попередніх залежно від змістового й онтологічного принципу її витлумачення. Те саме стосується й останньої категорії, яка, на нашу думку, є базовою для третьої категорії, як і для кожної із виділених, бо віра в цінності є самою цінністю.

*Третій сегмент розвитку* сучасної фундаментальної аксіології, який називають посткласичним, що розпочався з 30-х рр. ХХ ст. і триває донині, порівняно із класичним періодом, має більше прикладний характер, аніж нові теоретичні відкриття і в західно-американській філософії представлений трьома основними напрямками: 1) *натуралістичним* (Ч. Морріс, Дж. Дьюї), 2) *феноменологічним* (Р. Інгарден) та 3) *англо-американським напрямом аналітичної філософії* (А. Ambrose, М. Beaney). Представники кожного з цих напрямів зорієнтовані здебільшого на популяризацію аксіології у вигляді розробки прикладних (експериментальних) аксіологічних досліджень (Ф. фон Кучера).

Загальна ж філософія сучасної науки все більшого значення надає ціннісному аспекту наукового пізнання [Шохин, Аксіология, Новая философская энциклопедия: в 4 т.].

На початку цього хронологічного сегменту у становленні аксіологічної проблематики важливу роль відіграли роботи В. П. Тугаринова, який припускав, що “цінності – це суть тих явищ природи і суспільства, які є благами життя й культури людей або класу й вимірюються крізь призму такого параметра, як ідеал. Такі блага називаються цінностями тому, що люди їх цінують, бо вони збагачують їх особисте й суспільне життя. Люди захищають цінності, якими володіють, адже вони є для них цілями або ідеалами [Тугаринов с. 3].

Учений спочатку розділив цінності на дві групи: 1) цінності життя і 2) цінності культури. Останні, у свою чергу, він класифікував за трьома параметрами на 1) матеріальні, 2) соціально-політичні та 3) духовні цінності. Синтезом соціально-політичних та духовних цінностей, на його думку, є цінності освіти [там само, с. 29].

І хоча сам автор говорить про відносно умовний характер запропонованої ним класифікації [там само, с. 16], та все ж таки наводить переконливі аргументи щодо її доцільності, згідно з якими “найпершою і загальною цінністю є саме життя, бо втрата життя нівелює інші цінності” (там само, с. 3). Життя кожної людини інстинктивно усвідомлюється як цінність, тобто несвідомо, але це не означає, що цінність не “живе” в самосвідомості, в рефлексії про життя. Іншими словами, життя є цінністю як об'єктивно (само по собі), так і суб'єктивно (в думках про нього) [там само, с. 31].

Цінності культури, серед яких В. П. Тугаринов виділив матеріальні, розглядаються не у філософському, не у гносеологічному, а в найвно-онтологічному їх розумінні, тобто у плані побутових зручностей і у грошовому забезпеченні, у наявності матеріального достатку (тобто благ) [там само, с. 16].

Соціально-політичні цінності (свобода, рівність і справедливість) є найважливішими в житті людей (Тугаринов, с. 63). Щодо свободи, то вона є не тільки економічна, матеріальна, а й духовна (свобода слова, свобода переконань), адже звільняє людину від страхів, турбот, зміцнює психічний комплекс особистості, є джерелом оптимізму, бадьорості та життєвої активності [Тугаринов, стор.70].

І тому невипадково, що духовні цінності у класифікації ученого посідають окреме місце і розуміються ним крізь призму таких ціннісних категорій, як “Істина”, “Добро”, “Краса” і відрізняються від матеріальних цінностей, насамперед, тим, що є ідеями, тоді як перші – речами і

предметами, а від соціально-політичних – тим, що реалізуються в ідеологічному житті суспільства [Тугаринов, с. 20-21].

Синтезуючи соціально-політичні й духовні цінності в одну ціннісну категорію “освіта”, учений надає такі аргументи. Окрім поняття освіти у в його традиційному розумінні, ця ціннісна категорія пов’язана зі “світлом” і “світом” у плані формування світогляду, що включає виховання розуму й серця [там само, с. 85]. Погоджуємось з ним у тому, що перед освіченою людиною відкриваються нові світи: історія різних народів і всього людства, складні відносини людей різних епох і верств суспільства, безмежний світ природи, світ тонких почуттів і переживань, що відображені у мистецтві й літературі [там само, с. 86].

Подальші сучасні концепції, присвячені розробці проблеми таксономії цінностей, намагалися запропонувати новий підхід у цій сфері, але так чи інакше всі вони зводилися до осмислення уже згаданих вище ціннісних категорій. Для формулювання теоретичних положень даної дисертаційної праці важливими є погляди філософа А. Г. Здравомислова, позиція якого, на нашу думку, є продовженням вище викладених ідей. Для нього також першочергового значення набувають цінності вітальні, тобто те, “без чого не можна існувати (потреби людини), а не те, що вигідно з точки зору матеріальних умов буття (інтереси людини), те, що відповідає уявленням людини про її призначення та гідність, ті моменти в мотивації її поведінки, де виявляється самоутвердження і свобода особистості. Ціннісні стимули визначають особистість, структуру самосвідомості й особистісні потреби” [Здравомислов, с. 160-161].

Система цінностей у широкому смислі слова (як зв’язки й відношення між різними цінностями) – це основа загальної культури, платформа поєднання усіх духовних сфер і форм суспільної свідомості [Здравомислов, с. 169]. Учений розкриває специфіку цінностей в рамках сформованих форм духовної діяльності й аналізує спосіб переходу цих цінностей в мотивацію

поведінки людини з метою повніше розкрити спосіб впливу цінностей на її потреби й інтереси [Здравомислов, с. 171-172].

Істинне знання, для цього філософа, є вищою цінністю. Прагнення до знання, до істини – центральний мотив духовної наукової діяльності. Наступна цінність фіксується мистецтвом, як особливою формою духовно-креативної діяльності. Прагнення до прекрасного є не менш значущим для людської культури, аніж прагнення до знання [Здравомислов, с. 174]. Автор припускає, що такі цінності, як праця, світ, свобода, справедливість, рівність, добро, істина, краса спонукають людину до дії і є тими мотиваційними критеріями, на підставі яких відбувається оцінка вчинків людини і результатів її діяльності. При цьому власне людина є центром системи цінностей [Здравомислов, с. 178] і водночас її вимірювачем. Ці тези якраз і є свідченням актуальності розробки етносеміотричного вектору в аксіологічній параметризації. Проте, щоб здійснити етносеміотричну параметризацію, слід усвідомити, на яких онтологічних засадах сучасні філософи будували власні таксономії цінностей.

1.2.2 Параметризація цінностей та формування ціннісних доміант в аксіосферах різних лінгвокультур. За останні 100 років у філософській та психологічній літературі було представлено різноманітні класифікації цінностей. Проте пошук підстав для їхньої класифікації і донині залишається наскладнішою проблемою сучасної аксіології.

Уперше в історії аксіологічної думки класифікаційну параметризацію цінностей, що демонструвала закономірності світогляду людини як ціннісного осмислення нею світу, була побудована Г. Мюнстербергом, які аналізує у своїй фундаментальній праці “Філософська теорія цінності” сучасний філософ М. С. Каган і подає її в таблиці, побудованій цим автором [Каган, с. 15].



Розглядаючи цю таксономійну модель цінностей слід погодитися з М. С. Каганом у тому, який, з одного боку, визнає запропонований підхід Г. Мюнстерберга продуктивним, а з іншого, говорить про те, що “спроби представлення системи цінностей у таблиці лише ілюструє наявність відношень і зв’язків між різними категоріями цінностей і поки що не є досконалим, оскільки в аксіосферу культури потрапили деякі явища інших модальностей [Каган, с. 16].

У зв’язку з цим М. С. Каган запропонував свій ціннісно-культурний погляд на параметризацію ціннісних категорій та розробку теорії аксіології загалом, який трактує ПРЕКРАСНЕ та всі інші естетичні цінності як специфічні прояви суб'єктно-об'єктних відношень [Каган, с. 8].

Учений пропонує таку параметризацію цінностей, в основу якої також покладено ієрархічний принцип, де основною цінністю є правова (юридична) цінність держави як верховного суб'єкта.

Це, по-перше, ГРОМАДСЬКИЙ ПОРЯДОК, що забезпечує стабільне існування держави та цінності кожного члена суспільства; по-друге, ПРАВА тієї етносоціальної та демографічної групи, до якої він належить, що регламентують ступінь його свободи і ступінь несвободи в даній соціальній системі; по-третє, ЗАКОНОСЛУХНЯНІСТЬ – фундаментальна правова цінність, породжена відношеннями двох попередніх цінностей, (відповідно "антицінністю" стає порушення законів) [там само, с. 99].

Водночас М. С. Каган зазначає, що чим складнішою ставала структура соціально неоднорідного суспільства, тим більшою була мотивація для вдосконалення способів його організації – доповнення правового способу політичним. Згадаймо, у таксономії цінностей Тугаринова соціальні цінності об'єднано з політичними і розглядаються як соціально-політичні.

## Класифікаційна параметризація цінностей Г. Мюнстерберга

Життєві цінності	Логічні цінності	Естетичні цінності	Етичні цінності	Метафізичні цінності
Зовнішнього світу	Цінності буття (предмети безпосереднього сприйняття)	Цінності єдності (предмети радісного переживання)	Цінності розвитку (предмети, які підносять)	Божественні цінності (предмети віри)
Найближче оточення	Речі Істоти	Гармонія Кохання	Рост Прогрес	Творіння Одкровення
Внутрішнього світу	Оцінювання	Щастя	Саморозвиток	Спасіння
Культурні цінності	Логічні цінності	Естетичні цінності	Етичні цінності	Метафізичні цінності
Зовнішнього світу	Цінності взаємозв'язку (предмети пізнання)	Цінності краси (предмети захоплення)	Цінності творення (предмети визнання)	Основні цінності (предмети переконання)
Найближче оточення	Природа Історія	Образотворче мистецтво Поезія	Господарство Право	Всесвіт Людство
Внутрішнього світу	Розум	Музика	Звичаї	Над-Я

Якщо правові цінності мають за мету регулювати відносини між соціальною структурою та його складовими частинами – соціальними групами і кожним індивідом, то політичні цінності необхідні для того, щоб регулювати відносини між самими цими соціальними групами – класами, націями, різними частинами класу, нації, що укладаються політичними партіями та організованими рухами.

Відтак, політичними цінностями стають такі концептуальні категорії, як ПАТРІОТИЗМ, ГРОМАДЯНСЬКІСТЬ, НАЦІОНАЛЬНА ГІДНІСТЬ, СОЛІДАРНІСТЬ, ПАРТІЙНА ДИСЦИПЛІНА та ін., тобто духовні сили, які об'єднують людей незалежно від того, чи знайомі вони, чи перебувають у безпосередньому контакті, і протиставляються іншим об'єднанням, які мають інші політичні ідеали і програми [Каган, с. 100].

Політичні цінності є понадособистісними, оскільки відповідні оцінки даються індивідом не від власного імені, а від імені тієї спільності, до якої він належить і представником якої себе вважає, однак, вони базуються на переживанні – емоційному сприйнятті індивідом інтересів та ідеалів спільності, до якої він належить. Ось чому, як справедливо міркує, М. С. Каган, “оцінка політичних цінностей є амбівалентною: вони і об'єднують, і роз'єднують людей, бо зміцнюють єдність якоїсь однієї частини соціуму, тим самим руйнуючи його цілісність, навіть до провокування і виправдання військових і революційних конфліктів. Політичні цінності стали потужним інструментом в житті кожного суспільства і людства загалом, які породжені етнічним, економічним, організаційним, соціально-психологічним й ідеологічним розшаруванням суспільств [Каган, с. 101].

І якщо правові цінності є стабілізатором і консерватором соціумів, то політичні цінності можуть мати і конструктивний, і деструктивний характер. Проте, ці цінності не є глибинними на рівні духовного життя людей, де формуються, на його думку, релігійні цінності. Учений вважає, що релігія об'єднує людей не знаннями, а вірою і переживаннями [Каган, с. 101]. Хоча на сьогодні ця позиція вже є дискусійною, оскільки релігійний дискурс є когнітивним утворенням, відображеним у свідомості вірян певної конфесії як результат їхнього пізнання найперших ціннісних категорій, якими є Істина, Добро тощо. Саме про ці ціннісні категорії надалі міркує М. С. Каган, будуючи ієрархію цінностей. Такі категорії, як ДОБРО, БЛАГОРОДСТВО, СПРАВЕДЛИВІСТЬ, САМОВІДДАНОСТІТЬ, БЕЗКОРИСЛИВІСТЬ, АЛЬТРУЇЗМ він відносить до етичних цінностей, які, за його

спостереженнями, вивляються у вчинках людини по відношенню один до одного і характеризують не форму вчинку, а його внутрішній імпульс, його духовну мотивацію, – тому потрібно знати, чому зроблено вчинок, щоб надати йому моральну оцінку [Каган, с. 107]. А оцінним параметром / (вимірювачем) інструментом моральної свідомості є совість, бо вона регулює і контролює поведінку [Каган, с. 111].

Якщо подивитися на історію культури, за словами М. С. Кагана, як на процес розвитку, який лежить в основі ціннісної свідомості, то виявиться, що Гегелівський закон нерівномірного розвитку діє і тут, зумовлюючи зміни ціннісних домінант і, відповідно, постійну реструктуризацію аксіосфери. [Каган, с. 134].

Окреслені вище фундаментальні принципи аксіології: формальний, змістовий, онтологічний та гносеологічний дають змогу визначити ціннісні домінанти, характерні для кожної лінгвокультури, дух епохи і напрям розвитку суспільства на певному етапі й відображаються у свідомості представників кожної із культур у вигляді стереотипів та інших знакових утворень.

Так, зокрема, М. С. Каган припускає, що “східні й західні культури мають у своїй духовній основі різні ціннісні домінанти: Схід зберігає систему цінностей традиційного типу культури з її міфологічною генетикою, а Захід утверджує свободу особистості як найголовнішу цінність, яка генерувала ідею політичної свободи, принципи свободи творчості як головної художньої цінності й індивідуального смаку як головної естетичної цінності. Вчений посилається на дослідження американських соціологів К. Сітарма і Р. Когделла “Основи міжкультурної комунікації”, де досить ґрунтовно аналізуються культурно-поведінкові стереотипи представників різних культур і демонструються відмінності в їх ціннісних пріоритетах, які в цій статті унаочнено у таблиці 1.2, проте яка термінологічно дещо уточнена й модифікована (див. таблицю 1.2).

## Структура ціннісних домінат представників різних лінгвокультур

Західні Лінгвокультури	Східні Лінгвокультури	Мусульманські лінгвокультури
<b>ДОМІНАНТИ ПЕРШОГО ПОРЯДКУ</b>		
Індивідуальність	Материнство	Ієрархія
Ієрархія	(жіночність)	Мужність
Мужність	Ієрархія	Колективна
Гроші (багатство)	Мужність	Відповідальність
Пунктуальність	Міць держави	Повага
Першість	Мир	до старших
Порятунок, допомога	Скромність	Патріотизм
Активність, наполегливість	Карма	Релігія
Повага до молоді	Колективна відповідальність	Авторитаризм
Національність	Повага до старших	
Рівність жінок	Гостинність	
Людська гідність	Збереження середовища	
Ефективність, якість	Національність	
Релігія	Святість земель	
Освіта	Патріотизм	
Безпосередність	Авторитаризм	
<b>ДОМІНАНТИ ДРУГОГО ПОРЯДКУ</b>		
Материнство (жіночність)	Повага до молоді	Материнство (жіночність)
Патріотизм	Рівність жінок	Міць держави
Авторитаризм	Людська гідність	Багатство (гроші)
	Освіта	Скромність
	Безпосередність	Порятунок, допомога
	Релігія (наше припущення)	Активність, наполегливість
		Повага до молоді
		Національність
		Людська гідність
		Освіта
		Безпосередність
<b>ДОМІНАНТИ ТРЕТЬОГО ПОРЯДКУ</b>		
Міць держави	Індивідуальність	Пунктуальність
Мир	Багатство (гроші)	Ефективність, Якість
Збереження	Пунктуальність	

середовища		
	Активність, наполегливість	
	Ефективність, якість	
<b>НЕ СУТТЄВІ</b>		
Скромність	Порятунок, допомога	Індивідуальність
Відповідальність	Першість	Мир
Повага до старших		Карма
Гостинність		Першість
Святість земель		Збереження середовища
		Святість земель Рівність жінок

У згаданій праці вчені визнали за необхідне ранжувати цінності залежно від їх важливості для культури на домінанти (термін наш: Н. С.) першого, другого, третього порядку та не суттєві, варіанти яких можуть бути окремо параметризовані за оцінною шкалою позитивно / негативно” [Каган,1997, с. 144]. Проте, припускаємо, що межі цієї ієрархії є дуже рухливими й динамічними залежно від конкретного етносу, соціально-економічного розвитку кожної країни, релігійних цінностей, політичного устрою тощо, а також загалом від світових геополітичних тенденцій. Наприклад, для України (як лінгвокультури східної Європи, тобто Західно-східної) наразі ціннісна домінанта МИР як домінанта першого порядку для східних лінгвокультур посідає ще й першу сходинку у внутрішній ієрархії ціннісних пріоритетів.

Навіть у гендерному плані ціннісні домінанти є різними загалом і в кожній культурі зокрема. М. С. Каган зазначає, що у жінок ціннісна домінанта – стабільність, спокій, порядок, гармонія, традиція, у чоловіків – динамізм, порушення усталеного порядку речей, оновлення буття, винахід все нових і нових форм діяльності (Каган, с. 141).

З наведеної таблиці 1.2 видно, що залежно від важливості цінностей для кожної культури відбулася їх таксономія за порядковим параметром, який тут пов’язаний із поняттям ціннісних домінант. У свою чергу одні, й ті

ж цінності для однієї культури можуть бути значущими, а для іншої – несуттєвими і навіть антицінностями.

Коментуючи поняття ціннісних домінант у контексті побудови оптимальної параметричної моделі цінностей, наведемо слушну думку з цього приводу Ш. Шварца, який вважає, що домінування цінностей слід розрізняти за їхньою важливістю в житті людей, тобто за типом мотиваційної мети, яку вони виконують. Учений виділив десять мотиваційно пов'язаних цінностей згідно з трьома універсальними потребами людського стану: 1) біологічними, 2) соціальними, 3) індивідуальними [Schwartz, p. 267]. Ці десять цінностей охоплюють різні категорії змісту, які були опрацьовані у ранніх теоріях про цінності, у ціннісних анкетах різних культур, у релігійно-філософських обговореннях цінностей. Кожна базова цінність може характеризуватися аналізом її центральної мотиваційної мети [Schwartz, p. 267].

1. ВЛАДА (POWER) – соціальний статус, престиж, контроль і домінування над людьми і ресурсами (соціальна влада, авторитет, багатство).

2. ДОСЯГЕНЕННЯ (ACHIEVEMENT) – особистий успіх через прояв компетентності відповідно до соціальних стандартів (успішний, здатний, цілеспрямований, впливовий).

3. ГЕДОНІЗМ (HEDONISM) – задоволення, чуттєве задоволення (насолода, насолода життям).

4. СТИМУЛЯЦІЯ (STIMULATION) – прагнення новизни, нових викликів у житті (сміливість, авантюризм).

5. САМОСТІЙНІСТЬ (SELF-DIRECTION) – незалежна думка та вибір дій (творчість, свобода, незалежність, цікавість, вибір власних цілей).

6. УНІВЕРСАЛІЗМ (UNIVERSALISM) – розуміння, вдячність, терпимість та захист добробуту (мудрість, соціальна справедливість, рівність, світ краси, єдність з природою, захист навколишнього середовища).

7. ДОБРОЗИЧЛИВІСТЬ (BENEVOLENCE) – благополуччя у повсякденній взаємодії з близькими людьми (корисний, чесний, вірний, відповідальний).

8. ТРАДИЦІЯ (TRADITION) – повага, прихильність та прийняття звичаїв та ідей, які традиційна культура або релігія забезпечують (скромний, побожний, повага до традиції, помірний).

9. ПІДПОРЯДКУВАННЯ (CONFORMITY) – обмеження дій, схильностей та імпульсів, які можуть заподіяти шкоду чи порушити соціальні очікування або норми (ввічливість, слухняність, самодисципліна, повага до батьків і старших).

10. БЕЗПЕКА (SECURITY) – безпека, гармонія і стабільність суспільства, відносин і самосвідомості (сімейна безпека, національна безпека, соціальний порядок, взаємна підтримка) [Schwartz, p. 267-268].

Загальну картину відношень між цими цінностями Ш. Шварц зобразив у вигляді польової структури (Рис. 1.1), яка становить мотиваційний континуум. Чим ближче будь-які два значення в будь-якому напрямку по колу, тим більше подібного лежить в основі їх мотивації. Чим більш віддалені будь-які два значення, тим більш полярні їх основні мотивації [Schwartz, p. 268-269].

Так само, як і Ш. Шварц, сучасний філософ Є. С. Маслов пропонує подібну таксономійну параметризацію цінностей за трьома основними параметрами: 1) біологічними, 2) соціальними, 3) індивідуальними. Його типологія цінностей представлена у роботі “Основні категорії і проблеми теорії цінностей” включає 11 типів, які перехрещуються між собою в окремих видах і які також можна представити як мотиваційний континуум у вигляді польової моделі з ядрено-периферійною організацією.

Це і буде загальна аксіосфера, проте з відмінною внутрішньою організацією в певній етнокультурі залежно від ціннісних домінант конкретної історичної доби розвитку цієї культури.



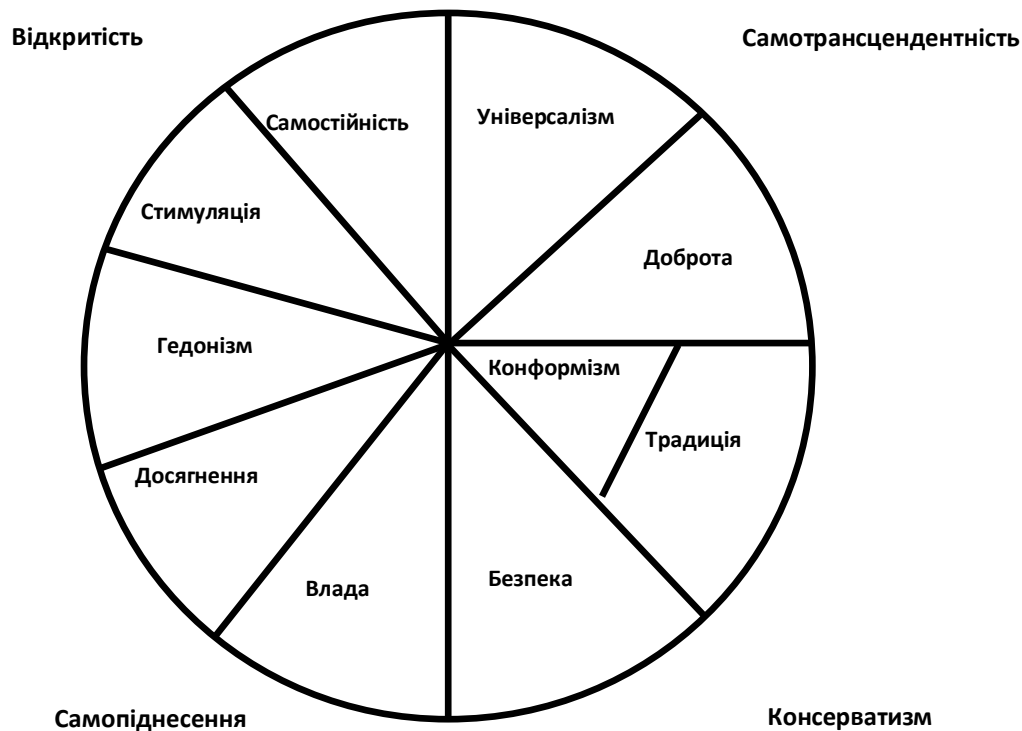


Рис. 1.1 Мотиваційний континуум аксіосфери Ш. Шварца.

1. *Гедоністичні цінності* пов'язані з різними видами задоволення (насолоди) людини як біологічної потреби, одним із яких є, наприклад, комфорт. Цей тип цінностей безпосередньо стосується базової властивості людської природи – здатності страждати й насолоджуватися. При цьому, такий вид задоволення, як щастя, не може бути цілком віднесений до гедоністичного типу цінностей, оскільки щастя передбачає цілісну гармонію, що охоплює різні аспекти людської особистості, а значить, і різні типи цінностей.

2. *Утилітарні цінності* пов'язані, насамперед, із користю, які вважаються загальнокультурними і демонструють спільні прояви цієї категорії в різних культурах, аніж, наприклад, цінності морального, естетичного чи релігійного порядку.

3. *Естетичні цінності*, центральною категорією яких вважається краса, осмислюються через такі атрибуції, як щось витончене, граціозне, монументальне, величне, піднесене, зворушливе.

4. *Пізнавальні цінності* – це, перш за все, істина та істинне знання, які мають ключове значення для такої сфери людської діяльності, як наука. Виявами знання є доказовість, логічність, зрозумілість, точність. До пізнавальних цінностей, важливих для наукового пізнання, належать: критичність (по відношенню до інформації) і самокритичність (здатність критично підійти до власної думки).

5. *Моральні цінності*, центральною категорією яких є добро, вимірюються на основі уявлень людини про гуманність, справедливість, чесність, мужність, вірність, щедрість, шляхетність, порядність тощо.

6. *Соціальні цінності* реалізуються при взаємодії людей у суспільстві, і проявляються в таких категоріях, як любов, дружба, повага, шана, слава, влада.

7. *Вітальні цінності* – це життя і все, що з цим пов'язане, передовсім, безпека, здоров'я тощо.

8. *Екзистенційні цінності* впливають із попередніх і стосуються смислу життя, усвідомлення світоглядних принципів, на які людина може спиратися у своєму житті.

9. *Релігійні цінності* – це святість і праведність, віра, що пов'язана із дотриманням релігійних канонів. Релігійні цінності перетинаються з моральними.

10. *Політичні цінності* є похідними від соціальних і етичних цінностей, до яких належать: політична свобода, соціальна справедливість, патріотизм, демократичність, політична стабільність та ін.

11. *Економічні цінності* можна розглядати як вид утилітарних цінностей, але можна виділити і в особливий тип. Сюди належать такі категорії, як прибуток, багатство і т.п. Слід зазначити, що назва самої категорії “цінність” походить з економічної сфери (для порівняння: однокореневе слово укр. *ціна*, англ. *value*, нім. *Wert* [Маслов]).

Але це не дає підстав стверджувати, що процес формування категорії “цінність” пов'язаний з експансією економічного підходу у формуванні

аксіосфери, навпаки, він формувався під впливом таких античних категорій, як ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА за участі різноманітних факторів.

У своїх дослідженнях Є. Ф. Серебреннікова наводить дані про ступінь інтенсивності й проблематичності дискурсивної розробки категорії “цінність”, які показують, що разовий зріз вживання слова *цінність* в одній із пошукових систем Інтернету – Архіваріус 3000 за 16.12.2005 р. – всього 5379. Ця статистика дає змогу визначити такі основні аспекти його вживання, які утворюють семантичні, категорійні й концептуальні ознаки слова цінність, категорії цінність, концепту ЦІННІСТЬ [Серебреннікова, с. 31-33]:

– ‘як елемент загальнолюдської культури’, тобто найважливіший елемент динамічної **мотиваційної системи людини**, що виконує оцінно-нормативну функцію (поряд зі світоглядом, традиціями, індивідуальними переконаннями) в культурі;

– ‘як фундаментальна мотивація (аргументація) для діяльності (потреби є здібностями і прагненнями до пізнання цінностей, а інтереси є усвідомленням потреб), для виправдання будь-яких політичних рішень, навіть до війни на чужій території (захист цінностей демократичного світу)’;

– ‘як те, що перебуває в постійній еволюції’ (накопичення, переоцінка; тенденція до втрати цінностей без надзусиль з боку суспільства й держави);

– ‘як конфронтація’ (конфлікт цінностей);

– ‘як об’єднання людей, груп, країн, держав’ (взаємодія демократичних країн, об’єднаних спільними цінностями);

– ‘як явище феноменології’ (форми цінностей; переконання – матриці цінностей; становити цінність; істинні цінності);

– ‘як прояв креативної діяльності’ (доцільність витрачених зусиль; позитивна цінність конфлікту; аналітична цінність моделі; цінність співробітника);

– ‘як позитивний спосіб мислення’ (абсолютна цінність; демократична цінність);

- ‘як категоріальні уявлення’ (базисні, Б-цінності: буттєві, які не можуть бути зведені до чогось ціннішого; присвоєні людиною Б-цінності дістали назву Д-цінностей – дефінітарних цінностей, пережитих як потреби людини);
- ‘як континуум певної культури формування’ (термін “загальнолюдські цінності”);
- ‘як визначальна сутність професійної сфери діяльності суспільства’ (цінність науки, освіти, політична цінність);
- ‘як приватна сутність по відношенню до особистості або загалом до суб’єкта’ (власні цінності; людина особисто сама визначає цінність благ);
- ‘як об’єкт збереження, формування і використання’ (збереження національно-культурних цінностей) [Серебренникова, с. 31-33].

Ці ознаки як семні складники семантичної структури лексеми *цінність* дають змогу визначити її сутність як філософсько-аксіологічної й історико-культурної категорії, а також як лінгвокогнітивної структури – концепту, ієрархічну піраміду якої, за словами Є. Ф. Серебренникової, конструює Людина, яка є “мірилом усіх речей” [Серебренникова, с. 34].

Наповнюючи навколишній світ смислом, освоюючи його, Людина щоразу надає йому новий, ціннісно-смісловий вимір [там само, с. 34]. Відповідно, концептуальна ознака “ціннісні ставлення до життя людини”, що є інтегральною семою архісеми ‘гедоністичні цінності’ складається з такої сукупності семантичних ознак: “визнання права на життя кожної людини”; “сприйняття життя у всіх формах”; “осмислена життєва позиція”.

Вживання людини усвідомлюється через поняття “праця”, “допомога”, “почуття батьківщини” тощо. Усвідомлюючи життя, людина одночасно ставить вимоги до нього, що відображено в таких ціннісних поняттях, як “щастя” і “свобода”, які є одночасно категоріями і концептами. Для того, щоб виконати ціннісно-смісловий вимір цих та інших ціннісних категорій і концептів, слід розробити відповідне теоретичне підґрунтя для етносеміометричної параметризації аксіоконцептосфери загалом.

1.2.3 Параметризація ціннісно-смиислового простору мови як передумова утворення її аксіоконцептосфери. Для перевірки коректності таксономійної параметризації цінностей, безумовно, потрібні ці інструменти, які продемонструють, як суб'єкт і носій цінностей – людина їх сприймає, дотримується тощо, оскільки, на думку М. Ф. Алефіренка, складовою частиною ціннісно-смиислового простору людини є ціннісно-символічна інтуїція, що відповідає за символічне сприйняття і розуміння фундаментальних естетичних і етичних цінностей [Алефіренко, с. 9]. І звісно, що таким інструментом є мова, її ціннісно-смисловий простір, основу якого складають ціннісні категорії. Представлена М. Ф. Алефіренком типологічна параметризація цінностей з їх видовою таксономією корелює з вище наведеними типологіями цінностей, розробленими в аксіології, які відображають їх трихотомічний онтологічний категорійний характер, пов'язаний 1) з біологічними потребами людини, 2) соціальними, 3) індивідуальними. Учений виділяє 6 типів цінностей, які вимірюються/параметризуються за допомогою мови:

1. Вітальні: життя, здоров'я, якість життя, природне середовище;
2. Соціальні: соціальний стан, статус, праця, багатство, професія, сім'я, терпимість, гендерна рівність;
3. Політичні: свобода слова, громадська свобода, законність, громадянський мир;
4. Моральні: добро, благо, любов, дружба, обов'язок, честь, порядність;
5. Релігійні: Бог, божественний закон, віра, спасіння;
6. Естетичні: краса, ідеал, стиль, гармонія [Алефіренко, с. 9].

Запропонована М. Ф. Алефіренком типологія цінностей онтологічно корелює з філософською параметричною таксономією цінностей В. П. Тугаринова, яка була уже вище прокоментована. Зокрема в тому, що вони більш системно демонструє їх відповідність двом базовим параметрам онтології цінностей, за якими учений розділив їх на: 1) цінності життя і 2)

цінності культури з видовою трихотомічною класифікацією останніх на 1) матеріальні, 2) соціально-політичні й 3) духовні цінності.

Як бачимо, у типології М.Ф. Алефіренка теж першу позицію посідають цінності життя – вітальні. Далі виділені п'ять типів є **культурними цінностями** з їх видовою диференціацією на **соціальні** (2 тип) (куди включено і матеріальні цінності), **політичні** (3 тип) й **духовні** (4, 5, 6 типи).

Найбільш складною внутрішньою параметричною таксономією є духовні цінності, що включають три типи, які, у свою чергу, характеризуються перехресними смисловими зв'язками як між собою, так і з соціальними й політичними цінностями, а також з вітальними цінностями. Очевидно, тому М. Ф. Алефіренко окремо здійснив параметризацію саме духовних цінностей за ступенем їхнього відображення в мові, які, на його думку, можуть бути 1) загальнолюдськими, 2) національними, 3) груповими, 4) сімейними, 5) індивідуально-особистісними [Алефіренко, с. 9]. Саме на цій ієрархії формуються загальнокультурні й етнічні ціннісні константи та колективні й індивідуальні ціннісні домінанти.

Цілком погоджуємось із ученим у тому, що загальнолюдські (загальнокультурні) цінності характеризуються визнанням найбільшої кількості людей як у часі, так і у просторі (йдеться про мотиваційний континуум як загальну основоположну характеристику аксіосфери), до яких належать найважливіші життєві істини, шедеври світового мистецтва, стійкі норми моралі (любов і повага до ближнього, чесність, милосердя, мудрість, прагнення до краси) і які підтверджують припущення про ієрархічну природу всіх типів цінностей. Ці цінності забезпечують стійкість і відтворення культури.

Національні (етнонаціональні, за Є.Ф. Серебренніковою) цінності є константами кожного народу та окремого його представника-особистості, що сповідує ці цінності [Алефіренко, с. 9]. На відміну від загальнолюдських, національні цінності більш конкретні й матеріалізовані, до яких належить все те, що створює специфіку етнокультури [Алефіренко, с. 10]. У зв'язку з цим

постає необхідність не просто семіотричної їх параметризації, а крізь призму конкретної етнокультури, у даному разі британської й української.

Групові цінності об'єднують порівняно невеликі групи людей як за місцем проживання, так і за віком й відображають соціально-групові пріоритети у сфері лінгвокультури і, на жаль, час від часу у сфері антикультури. Це різні мовні репрезентації ідей сект, каст або інших об'єднань. До групових належать представлені в суб-мовах специфічні молодіжні та вікові цінності [там само, с. 10]. На думку Є.Ф. Серебреннікової, колективні (групові) цінності можуть або сприйматися людиною, або ні. У другому випадку людина займає позицію маргінала по відношенню до суспільства як носія цілісної культури в опозиції Ми (Я) – вони. Найсильніший вплив на людину відбувається у процесі занурення її в певну систему цінностей (цінності, ідеологія як регулятори суспільного життя; діалог як цінність відкритого суспільства; групова моральність і традиційні способи поведінки як основа життя суспільства; формування через музику, відеоряд депресивної наркокультури тощо) [Серебреннікова, с. 31].

До сімейних цінностей М. Ф. Алефіренко відносить усі позитивні фамільні традиції (моральні, професійні, художні або навіть побутові).

Індивідуально-особистісні цінності включають ідеї і предмети, особливо близькі окремій людині. Вони можуть бути запозичені у навколишньому соціально-культурному середовищі або створені в результаті індивідуальної творчості.

Динаміка культурних цінностей полягає в тому, що вони можуть переходити з одного рівня на інший, трансформуватися від індивідуально-особистісних до загальнолюдських [Алефіренко, с. 11].

Як показує параметрична модель цінностей М. Ф. Алефіренка, яка базується на філософських категоризаціях цінностей, їхня організація має ієрархічний характер і у кожній лінгвокультурі наявні свої константи й домінанти, тобто існує своя шкала цінностей. У кожному історичному періоді

розвитку соціумів домінують свої цінності, а це означає, що цінності є історико-культурною категорією (на тлі філософської їх категорійності). Останнім часом дослідники постулюють про синергетичну природу цінностей, тобто їх здатність до самоорганізації. Проте, слідом за М.Ф. Алефіренком, припускаємо, що цінності є достатньо стабільними, а тому є всі підстави говорити про те, що вони є етнічними константами кожної культури. І лише формування, усвідомлення й прийняття нової системи цінностей дозволить зрештою подолати кризові явища в культурі.

### **1.3. Аксіоконцептосфера як мотиваційний континуум етнічних констант і культурно-ціннісних домінант**

1.3.1 Наукова інтерпретація терміна “концептосфера” як мотиваційного континууму на тлі номенів із елементом “сфера”. Сучасна когнітивна наука, за словами В.А. Маслової, зорієнтована на вивчення людини як системи переробки інформації, де поведінка людини розглядається крізь призму отримання, зберігання та відтворення інформації для раціонального її використання. А тому основним завданням когнітивної науки залишається дослідження людини як суб'єкта, що активно сприймає та продукує інформацію, послуговуючись у процесі своєї мисленнєвої діяльності різними схемами, моделями, програмами, планами, стратегіями тощо [Маслова 2004, с. 7].

Оскільки основним способом фіксації, збереження, переробки та передавання знань є мова, то головною категорією в когнітивній лінгвістиці є “категорія знань, їх види, структура та способи представлення й організації” [там само, с. 8].

Найголовнішими структурованими моделями представлення знань, відображених і збережених у свідомості людини, залишаються з-поміж решти такі утворення, як “картина світу” і “концептосфера” (М.Ф. Алефіренко, М.М. Болдырев, С.П. Денисова, В.З. Дем'янков, В.В.



Колесов, О.С. Кубрякова, Д.С. Лихачов, М.В. Нікітін, М.В. Піменова, З.Д. Попова, А.М. Приходько, Ю.С. Степанов, Й.А. Стернін, О.В. Тищенко, Р.М. Фрумкіна, G. Helbig, R.S. Jackendoff, Z. Kovecses, S.E. Palmer, E. Rosch, F.Ungerer та ін.).

Спектр окреслених питань сягає праць В. фон Гумбольта, які не вичерпали своєї актуальності й донині, бо в картині світу, за словами Н. М. Гончарової, “відображено головні фрагменти людської свідомості, що є рефlekсами на такі аспекти буття людини, як мораль, право, мистецтво тощо” [Гончарова 2012, с. 396]. А тому вивчення картини світу здійснюється з урахуванням ціннісних параметрів, інтегрованих у кожен ситуацію життя людини. З огляду на таку постановку проблеми В.І. Карасик виділяє “ціннісну картину світу”, яка включає в себе найважливіші смисли, що належать певній культурі. Сукупність ціннісних доміант даної культури утворює, на думку вченого, певний тип культури, який підтримується і зберігається за допомогою мови [Карасик 2002, с. 117].

Як відомо, у найширшому розумінні “картина світу” – це цілісний глобальний образ світу, що складається у свідомості людини у процесі її пізнавальної діяльності. Хоча наявні й такі думки, що “образ світу” і “картина світу” – це не тотожні поняття (але це питання є предметом окремої дискусії, тому тут поки що не будемо до неї долучатися).

Картина світу витлумачується у працях З.Д. Попової та Й.А. Стерніна як упорядкована сукупність знань про дійсність, що сформувалася у людській свідомості (індивідуальній/колективній) [Попова 2002, с. 7]. На їхню думку, вона може бути когнітивною у чистому вигляді – результатом відображення дійсності на основі органів чуття і мислення, а також опосередкованою – результатом фіксації концептів різними знаковими системами, які матеріалізують відображену у свідомості когнітивну (безпосередню) картину світу [Попова 2002, с. 7].

Когнітивну / ментальну картину ці вчені називають ще *концептосферою*, що формується в результаті безпосереднього пізнання

(сприйняття, осмислення) світу людиною і містить як концептуальні знання про навколишню дійсність, так і сукупність стереотипних уявлень (ментальних стереотипів) народів, які зумовлюють розуміння тих чи інших явищ буття і визначають їхню поведінку в певних стереотипних ситуаціях (див. про це докладніше: [Шутова 2016]) [Попова, Стернин 2003, с. 4-5].

Термін “концептосфера” поряд з науковим “бумом” навколо терміна “концепт” активно продовжує обговорюватися і, за словами Ю. Прохорова (та й інших дослідників, що робили спроби осмислити цей феномен), має конкретного автора – Д. С. Лихачова [Прохоров 2005, с. 74], який писав, що “всі потенційні можливості, що розкриваються у словниковому запасі окремих людей, як і мови загалом, можна назвати концептосферами. Концептосфера національної мови тим багатша, чим багатшою є вся культура нації – її література, фольклор, наука, образотворче мистецтво (вона також має безпосереднє відношення до мови а, отже, і до національної концептосфери); вона співвідноситься з усім історичним досвідом нації” [Лихачев 1997, с. 284]. [...]. Кожен концепт може бути по-різному розшифрований залежно від культурного досвіду, культурної індивідуальності (згадаймо про індивідуальні цінності) концептоносія” [Прохоров 2005, с. 74].

Уводячи цей термін у науковий обіг, Д.С. Лихачов послуговувався уже наявними моделями термінотворення на зразок термінів В. І. Вернадського “ноосфера”, “біосфера” тощо і припускав, що “це поняття допомагає зрозуміти, чому мова є не просто способом спілкування, а й концентратом культури нації, яка втілена в різних верствах населення навіть до окремої особистості” [Лихачев 1993, с. 5, 9].

Проте вважаємо, слідом за Ю. Е. Прохоровим [Прохоров 2005, с. 75], що роздуми Д. С. Лихачова про “концепт” і, особливо про “концептосферу”, а також інших дослідників, які, спираючись на його міркування, надавали свої визначення цього поняття, потребують уточнення й більшої аргументації, або експланаторності.

Поняття концептосфери “як сукупності концептів”, запропоноване Д.С. Лихачовим, сягає, за його словами, ідеї С. О. Аскольдова-Алексєєва, що витлумачував “концепт або загальне поняття як мисленнєве утворення, яке замінює у процесі думки безліч предметів одного й того ж роду” [Аскольдов-Алексєєв 1997, с. 29]. При цьому Д. С. Лихачов уважав, що концепт існує і для слова, і для кожного основного його словникового значення окремо [Лихачев 1997, с. 4]. Хоча, як свідчить практика аналізу багатьох концептів, з цією думкою важко погодитися, бо слово є одним із вербалізаторів концепту, і саме через значення слів формуються концептуальні ознаки цього ментального утворення.

Але це не стало перешкодою для всіх без винятку дослідників формулювати визначення поняття “концептосфера”, спираючись на позицію Д.С. Лихачова, які, на нашу думку, є певною мірою тривіальними і не відображають його онтологічну суть, продовжуючи тираж цих дефініцій у спрощених варіантах, не відходячи від першого його розуміння. Н. М. Дмитрієва [Дмитрієва 2017, с. 21-22] у своїй роботі наводить окремі дефініції цього терміна, які так чи інакше обертаються навколо його витлумачення як “сукупності концептів” з дещо різними варіаціями, наприклад, як: 1) “об'єднання полів концептів, що складають концептосферу” [Кошарная 2002, с. 54], 2) “сукупність концептів, з яких, наче з мозаїки, складається світогляд носія мови” [Маслова 2004, с. 76], 3) “сукупність концептів, в яких відображений певний фрагмент навколишнього світу, що утворює концептосферу цієї зони дійсності” [Чулкіна 2005, с. 6], 4) “упорядковану сукупність концептів народу, інформаційну базу думки” [Попова, Стернін 2007 с. 36], 5) “концепти, що сформувалися носіями мови, зберігаючись у пам'яті людей й утворюючи концептосферу мови” [Сурина 2010, с. 45], 6) об'єктивно наявну сукупність вербально позначених і вербально непозначених національно-маркованих одиниць лінгвокультури з характерними принципами системності, множинності, цілісності, зв'язку і структурованості [Приходько 2013, с. 172] тощо.

Пояснюючи спосіб організації цієї сукупності, З.Д. Попова і Й.А. Стернін, з одного боку, справедливо твердять, що концептосфера – це упорядкована сукупність концептів, які існують у вигляді уявлень, мисленнєвих картинок, схем, понять, фреймов, сценаріїв, гештальтів, які узагальнюють різноманітні ознаки зовнішнього світу [Попова 2003, с. 19]; і далі уточнюють, що між концептами, які утворюють концептосферу, наявні системні відношення подібності, розбіжностей та ієрархії з іншими поняттями [Попова, Стернін 2007, с. 30], а, з іншого, нічого не пишуть про когнітивну природу цих відношень, що останнім часом пов'язана з поняттям когнітивного контексту (див. про це: М.М. Болдирев та ін.) або ширше когнітивного простору. Виходячи з коментарів З.Д. Попової і Й.А. Стерніна щодо впорядкування сукупності концептів на рівні системних відношень, або концептосфери, враховується лише семантична організація цієї сфери, що, на наше глибоке переконання, звужує її розуміння як ментального конструкта складної природи і не аргументує доцільність вживання компонента “сфера” у складі цього термінологічного утворення, що, за словами Ю. Е. Прохорова, функціонує на тлі таких його словотвірних термінологічних аналогів, як “техносфера”, “антропосфера”, “соціосфера”, “атмосфера”, “стратосфера”, які академік В.І. Вернадський об'єднав під одним терміном “ноосфера”, включивши в цю систему людину та її діяльність [Прохоров 2005, с. 76]. Зокрема, щодо поняття ноосфери, то М.А. Єгорова, посилаючись на статтю в БСЭ, пише, що його було введено П. Тейяром де Шарденом і Е. Леруаном на позначення розумової оболонки земної кулі, формування якої пов'язане з виникненням і розвитком людської свідомості. В.І. Вернадський розширив науковий об'єм цього поняття і додав, що ноосфера – це нова, вища стадія біосфери, пов'язана з виникненням і розвитком в ній людства, яке, пізнаючи закони природи і вдосконалюючи техніку, стає потужною силою, що впливає на земні процеси [цит. за пр.: Єгорова 2012, с. 65].

Цікава дискусія з цього приводу розгорнулася в публікації Ю. Е. Прохорова “К проблеме “концепта” и “концептосферы” у збірнику

статей “Язык, сознание, коммуникация”, М., 2005. Уважаємо, що наведені критичні міркування Ю.Є. Прохорова з приводу наявних у лінгвістиці численних визначень обох термінів є достатньо переконливими і заслуговують на увагу й подальше обговорення.

Погоджуємося з ученим у тому, що слід глибше зануритися в науковий об'єм кожного з цих понять і тоді вже робити теоретичні узагальнення щодо їхньої онтологічної сутності, принципів організації обох ментальних конструктів. Припускаємо, що сформульовані вище (однотипні й дещо спрощені розуміння складних ментальних категорій, якими є “концепт” і “концептосфера”) та інші подібні проблеми зумовили, за словами С.Г. Воркачова, “кризовий стан лінгвоконцептології, коли навіть зміна вектору її розвитку не позбавила внутрішніх суперечностей і навіть парадоксів” [Воркачев 2011, т. 70, с. 19].

Спробуємо проаналізувати суть дискусії Ю. Є. Прохорова навколо зовнішньої і внутрішньої форми терміна “концептосфера”, який він намагається розглядати крізь призму аналогічних термінологічних утворень з компонентом “сфера”.

Цитуючи академіка В.І. Вернадського, який писав, що “ноосфера” є новим геологічним явищем на Планеті, де людина вперше стає потужною геологічною силою [Вернадский 2000, с. 314], Ю. Є. Прохоров пояснює внутрішню форму цього терміна через його походження (від грецьк. νοος “розум” і σφαῖρα “шар”). З цього випливає, що “ноосфера” – це сфера взаємодії природи і суспільства, в межах яких розумна людська діяльність стає головним визначальним фактором розвитку [Прохоров 2005, с. 75]. Поняття ноосфери як мисленнєвої оболонки земної кулі загалом пов'язують з виникненням і розвитком людської свідомості [...], яка здатна осягати як навколопланетарний простір, тобто те, що обертається навколо самої Планети (це і є ноосферне мислення), так і її саму, тобто її навколишній простір, її сферу. Учений припускає, що за такою аналогією слід розглядати компонент *сфера* у складі терміна *концептосфера* і пропонує розуміти його в

цьому поєднанні компонентів як “суспільне оточення, середовище”. Тоді сам термін *концептосфера*, на його думку, не може бути визначений лише як сукупність концептів, а радше його розглядати як місце розташування концептів [там само].

І далі він зазначає, що в гуманітарних дослідженнях термін “сфера” вже настільки прижився, що видається логічним, згадуючи, що свого часу Ю. М. Лотман [Лотман 1999, с. 165] увів в науковий обіг термін “семіосфера” і припускав, що кожна мова занурена в деякий семіотичний простір, і лише у взаємодії із цим простором мова може функціонувати. Цей простір і є семіосферою [там само].

Виходячи з термінів-аналогів, поняття “сфера” у проєкції на концепти пов’язане з різними типами просторів з огляду на їхній взаємозв’язок із людиною. Реальний простір існує об’єктивно, незалежно від людини. Перцептивний простір – це суб’єктивні відчуття людини, це те, як сприймає людина органами чуття навколишній світ і закріплює в мовних формах. Перцептивний простір є посередником між реальним і *когнітивним просторами*. Останній формується у свідомості людини як деяке її уявлення про реальний простір, освоєний як перцептивний простір. Наведені просторові параметри багатопланові, різноманітні, образні, проте всі вони структурують буття людини [Прохоров 2005, с. 83]. У цій роботі когнітивний простір як сприйняття реального простору людиною та його відображення й структурування у свідомості людини розглядаємо як **мотиваційний континуум**, де зберігаються концепти, фрейми, ментальні картинки, тобто гештальти, синергетичні зв’язки й відношення між якими утворюють концептосферу кожного народу.

Останнім часом з цих позицій уже почали (Д. С. Алієва, Х. М. Кадачиева) розглядати поняття “концептосфера” як модель структурування когнітивного простору [Кадачиева, Алієва 2015, с. 64]. І найголовніше дискусійне питання, яке постало у зв’язку з цим, що ж таке когнітивний простір? Грунтовну відповідь на це питання надано в роботі М. О. Єгорової

“Когнитивное пространство” и его соотношение с понятиями “ментальное пространство”, “когнитивная база”, “концептосфера”, “картина мира”, де це утворення розглядається у трьох площинах: 1) за аналогією з інформаційними системами, 2) у контексті теорії соціальної інтеграції, 3) як сукупність знань або як у певний спосіб структуроване знання [Егорова 2012, с. 62-63].

М. О. Єгорова, покликаючись на Д. Б. Ньюбі [Newby 2001], пише, що і когнітивний простір, і інформаційні системи спрямовані на збереження та відтворення інформації, і наводить надане ним визначення когнітивного простору, під яким учений розумів людський досвід, виражений у відношеннях між концептами, що формуються, розвиваються і видозмінюються у процесі знання [там само, с. 62]. З цього визначення випливає і наше розуміння концептосфери як мотиваційного континууму, яким є когнітивний простір.

Поняття когнітивного простору ґрунтовно осмислено у працях розробників теорії концептуальної інтеграції Ж. Фоконьє і М. Тернера [Fauconnier 1994], які переконані, що когнітивний простір перебуває в певних відношеннях зі світом реальним (про що йшлося вище) та з іншими можливими світами, одним із яких є, скажімо, семіотичний простір. Ці відношення можуть бути позначені за допомогою термінів “інтеріоризація” і “категоризація”. Під інтеріоризацією М.О. Єгорова розуміє формування внутрішніх структур знань у когнітивному просторі в результаті пізнання реального й можливого (уявного) світів. Пізнання – це категорія, що описує процес отримання будь-яких знань [ФС 2006, с. 658]. По відношенню до поняття інтеріоризації процес пізнання можна визначити як збереження і фіксацію інтеріоризованих знань у когнітивному просторі Тимчасом під категоризацією розуміється процес віднесення знання на основі наявності подібних ознак до певного концептуального утворення в рамках когнітивного простору [Егорова 2012, с. 63].

І, нарешті, ще один аспект наукової інтерпретації когнітивного простору простежується у поглядах Л.С. Гуревича, В.В. Красних та ін. Л. С. Гуревич визначає когнітивний простір як поліструктуроване утворення, що включає в себе когнітивні, семантичні, семіотичні, прагматичні, психолінгвістичні, психофізіологічні конституанти, які, з одного боку, забезпечують його багаторівневу складну організацію, а, з іншого, – фільтрами (або векторами трансформації) у передаванні інформації у процесі комунікації [Гуревич 2009, с. 9]. Подібним до цього є і погляд В.В. Красних, яка визначає когнітивний простір як структуровану сукупність усіх знань і уявлень людини і співвідносить поняття когнітивного простору як з окремим індивідумом, так і з групою людей, розрізняючи індивідуальний та колективний когнітивні простори. Індивідуальний когнітивний простір характеризується унікальністю знань і уявлень, властивих окремим мовним особистостям, тимчасом колективний – це структурована сукупність знань і уявлень певної мовної спільноти [Красных 1998, с. 45].

Об'єднуючи ці підходи до визначення поняття когнітивного простору, пропонуємо, слідом М. О. Єгоровою [Егорова 2012, с. 63], таку оптимальну і науково коректну його дефініцію. **Когнітивний простір** – це поліструктуроване ментальне утворення, яке є місцем для переробки та зберігання в категоризованому вигляді інтеріоризованих знань і уявлень певної мовної спільноти як результату пізнання її представниками реального та інших можливих світів (**мотиваційний континуум – концептосфера**).

І, повертаючись до наукової аргументації поняття “концептосфера” крізь призму такого її основного аналога, як ноосфера, де компонент сфера пов'язаний із поняттям простору, зокрема в першому – когнітивного простору, підсумуємо, що **концептосфера** – це мотиваційний континуум, в якому систематизовані структурні компоненти зберігання знань людини, тимчасом **когнітивний простір** – це абстрактне складноструктуроване утворення, де відбувається переробка цих знань. З цього випливає, що концептосфера – це і є модель когнітивного простору, за допомогою якого



сконструйована. І тут варто погодитися з Ю. Є. Прохоровим у тому, що концептосфера – це не просто сукупність концептів, а мотиваційний континуум їхнього зберігання як результат пізнання навколишнього світу представниками різних етнокультур, для яких вони є тими ментальними конструктами, що відображають їхні як загальнолюдські цінності, так і національні, групові й індивідуальні на різних етапах розвитку кожного соціуму. Для перевірки цих припущень, спробуємо сформулювати власне бачення загальнокультурних ціннісних констант й етнічних домінант, які пов'язані, насамперед, з мотиваційним континуумом, де збережені результати концептуалізації світу, тобто концепти.

1.3.2 Співвідношення етнічних констант і культурно-ціннісних домінант в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери. Лінгвоконцептологія наразі, як справедливо зазначає С. Г. Воркачов в одній із останніх своїх студій [Воркачев 2011, т. 70, с. 4], є “чи не найбільш “модним” напрямом [...], а концепт продовжує залишатися “парольним” терміном, активне функціонування якого в наукових працях, за спостереженнями його прихильників і користувачів, демонструє подальшу наукову “перспективу” його вивчення. І надалі, оцінюючи характер і статус лінгвоконцептології, учений визначає її як “сформований і зрілий науковий напрям, про що свідчить, крім наявності категоріального апарату і напрацьованих методологічних алгоритмів [...] дослідження концептів, її вихід 1) у *лексикографічну практику* (укладання концептуаріїв на зразок словника Ю. С. Степанова “Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования”), 2) у *практику перекладу* (автор наводить автореферат кандидатської дисертації Н. В. Александрович “Концептосфера художественного произведения в оригинале и переводе (на материале романа Ф. С. Фицджеральда “Великий Гэтсби”)), у *лінгводидактику* (теж дає покликання на автореферат, але докторської дисертації Н. Л. Мишатіної “Методика и технология речевого развития

школьников: лингвоконцептоцентрический подход”)” [Воркачев 2011, т. 70, с. 4], і, звісно, 4) в міжкультурну комунікацію (наприклад, Крючкова Н.В. “Роль референции и коммуникации в концептообразовании и исследовании концептов (на материале русского, английского, французского языков)” та ін.).

Сьогоднішня актуальність цієї наукової дисципліни, на думку С. Г. Воркачова, визначається наявністю у лінгвоконцептологічних дослідженнях певних “надзавдань”, які полягають у виявленні (підтвердженні або спростуванні) даних про структуру і наповнення національного менталітету носіїв конкретної лінгвокультури, що вигідно відрізняє її від класичного наукознавства, зокрема структурної лінгвістики, орієнтованої на автономний від людини опис мовної системи [Воркачев 2011, т. 70, с. 17-18].

Натомість, погоджуємося з ученим у тому, що “кінцева мета лінгвоконцептології, що передбачає представлення єдиної універсальної системи лінгвоконцептів через вивчення окремих концептів та окремих національних концептосфер та їхнє подальше зіставлення, – на цей момент ще не досягнута” [там само, с. 18].

Нагадаємо, що вище концептосферу було визначено як “мотиваційний континуум знань людини про навколишній світ...”, не зводячи її до простої сукупності концептів, а розглядаючи як результат пізнання навколишнього світу носіями конкретної мови”. При цьому приймається погляд переважної більшості лінгвокогнітологів (В. З. Дем’янков, V. Evans, R. Langacker та ін.) і лінгвоконцептологів (Н. Д. Артюнова, А. П. Бабушкін, С.Г. Воркачов, В. А. Маслова, Z. Kövecses та ін.) і стосовно того, що основними структуроутворюваними компонентами концептосфери є, звісно, концепти.

І якщо розглядати концептуальну картину світу, слідом за Л. І. Гришаєвою і Л. В. Цуриковою, як сукупність у певний спосіб організованих концептів [Гришаєва, Цурикова 2004, с. 101], якими, за словами О. С. Кубрякової, оперує людина у процесах мислення і які відображають зміст

досвіду і знання, зміст результатів усієї людської діяльності і процесів пізнання світу у вигляді деяких “квантів” знання” [Кубрякова 1996, с. 90], то можна припустити, що концептосфера – це і є специфічна організація всіх уявлень, асоціацій, знань, оцінок, емоцій і переживань людини щодо будь-якого досвіду (явища, дії, процесу, предмета, об'єкта), які побутують у свідомості людини або в її ментальному світі [Рудакова 2002, с. 47-48].

А оскільки результатом пізнання світу є деякі “кванти” знання, то варто говорити про такі процеси, як квантування дійсності та дотичні терміни на зразок сегментації, кластеризації, концептуалізації, категоризації тощо на конкретні об'єкти, класи, категорії, події, фрагменти, виокремлення різних характеристик, властивостей, закономірностей. Як справедливо вказує М.М. Болдырев, “пізнаючи навколишній світ, людина також виділяє себе і намагається усвідомити своє власне місце та свою роль як суб'єкта й об'єкта пізнання в загальній світобудові. Концепти і є тими одиницями знання, в яких усвідомлюються й репрезентуються результати пізнання, результати концептуалізації як одного з релевантних пізнавальних процесів. Це одиниці концептуального змісту, які ідентифікуються людиною у процесі пізнання з метою подальшої передачі знань у мовній формі або подальшого накопичення, що передбачає їх структурну організацію у процесі зберігання” [Болдырев 2011, с. 24].

Ця позиція цілком відповідає нашому розумінню поняття “концептосфера”, а також витлумаченню поняття концепт, запропонованому свого часу (1996 р.) О. С. Кубряковою в “Кратком словаре когнитивных терминов”. “Концепт – це термін, що є поясненням ментальних або психічних ресурсів свідомості, а також тієї інформаційної структури, яка відображає знання і досвід людини; це оперативна змістова одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку (*lingua mentalis*), всієї картини світу, відображеної у людській психіці” [Кубрякова 1996, с. 89-90].

Занурюючись глибше у смисл процесів роботи людської свідомості, можна припустити, що найголовнішим пізнавальним процесом є концептуалізація світу, а структури знання, названі концептами, є результатом цього процесу, осмисленням здобутих знань про навколишнє буття. Ці постулати вже не потребують доведення й аргументації, як і той факт, що концепт, за А.П. Бабушкіним, – це, насамперед, ментальне утворення, [...] змістова одиниця колективної свідомості й водночас форма відображення культури у свідомості кожного індивіда [Бабушкін 1997, с. 51].

Відповідно, і концептосфера є багатовимірним ментальним утворенням, організованим на основі когнітивних зв'язків (когнітивних контекстів) і відношень між її концептами. Наразі, якщо говорити про ментальний характер як концептів, так і всієї концептосфери, то, на перший погляд, здається, що тут все зрозуміло і наводити аргументи немає доцільності. Проте, саме поняття ментальності й досі викликає чимало суперечок і не є однозначно і вичерпно витлумаченим. Ця категорія розглядається відповідно до суб'єктів чи утворень, яким ця характеристика приписується, або по відношенню до яких її розглядають.

Щодо ментальної природи терміна “концептосфера”, то його онтологічно пов'язують із такими категоріями, як етнос, народ, культура, традиції, а тому не випадково дослідники (В. І. Карасик, С. В. Лур'є, Г. Г. Слишкін, М. І. Толстой, Н. В. Уфимцева та ін.) почали активно розробляти питання механізмів взаємодії етнокультурних і мовних процесів і навіть увели в науковий обіг поняття “етнічна картина світу” [Сагнаєва 2007, с. 31], яке, в принципі, ототожнюється з поняттям картини світу загалом.

Як зазначає У. Л. Сагнаєва, покликаючись на працю О. О. Леонтєва “Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность” [Леонтьев 1993], “етнічна картина світу (яка час від часу називається просто “картина світу”) – це відображення дійсності у свідомості людини; цілісний образ світу, що лежить в основі світосприйняття і

світобачення людини [...]” [Сагнаєва 2007, с. 31-32]. І далі дослідниця пише про те, що більшість учених є однодумцями в тому, що етнічна картина світу – це результат сприйняття й усвідомлення навколишньої дійсності [Сагнаєва 2007, с. 31-32], про що було вже сказано на початку статті при осмисленні поняття “картина світу” в його співвідношенні й дотичності до розуміння концептосфери. У такому ж ракурсі У. Л. Сагнаєва обґрунтовує наукову смислову дотичність понять “картина світу” – “концептуальна картина світу” – “концептосфера” – “етнічна картина світу”, що є результатом сприйняття навколишнього світу, але при цьому уточнює, що етнічна картина світу є ширшим утворенням, оскільки вона включає ще й сферу позасвідомого. “Те, що підлягає осмисленню як процесу свідомої рефлексії, осідає у свідомості у вигляді осередків – концептів (когнітивних і культурних), утворюючи концептуальну картину світу; поняття ж етнічної картини світу є набагато ширшим, бо остання включає як сферу свідомого, так і несвідомого” [Сагнаєва 2007, с. 32]. За такою логікою впливає те, що концептуальна картина світу є результатом пізнання світу лише на рівні свідомості. Не можемо з цим погодитися, бо концептосфера є складноорганізованою сукупністю концептів як ментальних структур, а те, що пов’язане з ментальністю, – це не лише рівень свідомого сприйняття дійсності. Концепти є багатшаровими утвореннями, які не лише осмислюється носіями мови, а й переживаються, успадковуються зокрема й несвідомо, тобто ще на рівні архетипів (позасвідомого), культурних традицій, які наслідуються поколіннями і лише згодом стають уже стереотипами.

Про це далі досить переконливо пише і сама дослідниця, коли звертається до сфери несвідомого, яка, на її думку, утворюється системою етнічних констант [Сагнаєва 2007, с. 32-33]. Але, якщо відокремити етнічні константи від сфери концептів, то навряд чи останні можна взагалі тоді розглядати як ментальні структури.

Погоджуємося, що “етнічні константи – це позасвідомі образи, які лежать в основі раціоналізації досвіду, тобто свідомості, і перетворюють цей

досвід на елементи культури, витісняючи ті уявлення, які суперечать константам або можуть завдати їм шкоди” [Сагнаєва 2007, с. 32]. Підтримуючи позицію С.В. Лур'є у тому, що константи становлять ядро, центральну зону культури, її базові установки, У. Л. Сагнаєва справедливо ставить запитання про те, а що ж знаходиться навколо цього ядра? І відповідь на це запитання вона надає словами С. В. Лур'є, який пише, що самі етнічні константи не містять уявлення про вектор їхньої дії та його моральної оцінки. Цей вектор визначається ціннісною орієнтацією [Лур'є 1997] або культурно-ціннісними домінантами.

З цих тверджень випливає припущення, що етнічна картина світу є результатом накладання етнічних констант і культурно-ціннісних домінант (У. Л. Сагнаєва). Етнічні константи є фактами сфери позасвідомого, тимчасом культурно-ціннісні домінанти є динамічними категоріями, які не є стійкими і підлягають змінам на різних етапах етногенезу. Ціннісні орієнтири, що визначають мотивацію поведінки у конкретний період розвитку етносу, називають “етнічними домінантами” (Л. М. Гумільов), “культурними (ціннісними) домінантами” (В. І. Карасик), культурними установками (В.М. Телія) чи “етнокультурними домінантами” (М.О. Шутова) тощо, які зумовлюють домінантні моделі поведінки кожного етносу.

В основі цих моделей поведінки лежать етнічні константи, бо саме архетипи як позасвідомі образи є ядром стереотипів поведінки представників конкретної етнокультури. Базуючись на цих припущеннях, Н. В. Уфимцева розрізняє етнічні стереотипи, які є продуктами колективного несвідомого (архетипами свідомості), і культурні стереотипи як ментальні продукти етнічної свідомості. Але і ті, й інші є конструктами етнічної картини світу, яку визначають “як когнітивну орієнтацію, що виражає розуміння членами кожного суспільства правил життя, продиктованих соціальними, природними й іншими факторами [...]” [Шапарь 2009, с. 191-192], з-поміж яких найголовнішими, на наше глибоке переконання, є ціннісні орієнтири.

Але, перед тим, як перейти до розгляду питання щодо культурно-ціннісних домінант, все ж таки варто ще раз уточнити співвідношення між поняттями “картина світу” – “концептуальна картина світу” / “концептосфера” – “етнічна картина світу”. Оскільки всі ці чотири термінологічні дескрипції визначаються у контексті пізнавальних процесів, тобто є результатом пізнання світу людиною, то в цьому плані вони є тотожними. Якщо остання складається з етнічних констант і культурно-ціннісних домінант, то спробуємо це трансформувати у проекцію розуміння концептосфери як мотиваційного континууму, утвореного складною організацією концептів як ментальних структур знань із різних сфер.

Припускаємо, що етнічні константи збережені в етимологічній пам’яті імені кожного концепту (за М. Ф. Алефіренком) [Алефіренко 2005, с. 143], у внутрішній формі імен концептів, яку Ю. С. Степанов розглядає як дописемну їх історію [Краткий ..., с. 41–42 ], при цьому етимон вважають відправним моментом в еволюції концепту і першим етапом його вербалізації [Алефіренко 2005, с. 143]. Етимон як реконструйована праформа має два рівні – мовний (реконструйований корінь) і когнітивний (архетип – первинне значення цього кореня як збережена генетична пам’ять у семантичній структурі слова в сучасній мові). А тому структуру концепту як ментального утворення слід розглядати в єдності співвіднесення вихідної (первісної) інформації і тієї, яка представлена в його шарах на сучасному етапі. Відтак, структура концептів складається з двох зон: етимологічної та актуальної (сучасної), де остання є багатошаровим поєднанням ціннісно-поняттєвого, ціннісної-оцінного і ціннісно-образного компонентів. В етимологічній зоні збережені етнічні константи як архетипи позасвідомого, а в сучасній зоні перебувають культурно-ціннісні домінанти, які формуються і домінують на різних етапах розвитку соціумів.

І якщо вище було постульовано про те, що етнічна картина світу є результатом накладання етнічних констант і культурно-ціннісних домінант,

то цей когнітивний механізм лежить також і в основі структурування концептосфери конкретного народу.

Поняття етнічної домінанти або як її часто називають – культурно-ціннісної – було започатковане у працях засновника етнології Л. М. Гумільова, який уважав, що домінанта не виникає сама по собі, а з'являється і змінюється з фазами етногенезу [Гумилёв 2003, с. 268]. Терміном “культурна (ціннісна)” домінанта послуговується В. І. Карасик, який пов'язує його з ціннісною картиною світу і культурними концептами. Як зазначає учений, “цінності, що мотивують поведінку людей, не існують ізольовано; вони формують ціннісну картину світу, які можуть бути описані за допомогою ціннісних концептів”. Виходячи з цього під культурно-ціннісними домінантами В. І. Карасик розуміє “найбільш значущі для певної культури смисли, сукупність яких і утворює тип культури, підтримуваний і збережений у мові” [Карасик, 2002, с. 169].

Про те, що поняття етнічної картини світу є синонімічним до поняття концептосфера переконаємося, розглядаючи далі міркування уже згаданої дослідниці У. Л. Сагнаєвої, яка зазначає, що етнокультурну домінанту слід розуміти не “як панхронічну сукупність розрізнених культурних смислів, а як концептосферу, що включає різні ціннісні орієнтири (релігійні, моральні, ідеологічні тощо), які модифікують вихідне етнокультурне різноманіття смислів, на базі яких у процесі розвитку етносу народжується нова етнічна свідомість. Етнокультурні домінанти змінюються в часі й просторі (у континуумі) і можуть розвиватися прототипно” [Сагнаева 2007, с. 32]. І головне припущення про збіг наукового об'єму понять “концептосфера” і “етнічна картина світу” підтверджуємо на прикладі інтерпретації поняття етнокультурної домінанти, запропоноване У. Л. Сагнаєвою, під яким вона розуміє “сукупність усвідомлюваних культурних установок як результат трансферу етнічних констант у конкретну етнічну епоху” [Сагнаева 2007, с. 32] – те, що вище уже нами було прокоментоване як трансформація



архетипних смислів у стереотипні через формування прототипів як типових зразків, моделей поведінки представників конкретного етносу.

Підтвердження цим припущенням знаходимо у працях В.М. Телії, яка обстоювала ментальний характер культурних установок, говорячи про те, що це “ментальні зразки, результат самопізнання людини, які виконують функції прескрипцій (певних норм) для соціальних і духовних життєвих практик” [Телія 1999, с. 18]. Ці духовні або соціальні орієнтири знаходять у культурах конкретну мовну форму і можуть творчо переосмислюватися наступними поколіннями.

А оскільки, на думку У. Л. Сагнаєвої, етнічна картина світу виражена у семіотичних системах, створюваних людиною і доступних для вивчення у формі, насамперед, культурних і когнітивних концептів, що утворюють концептосферу [Сагнаєва 2007, с. 32], і відповідних мовних знаків як конструктів мовної картини світу, то ці її міркування свідчать про тотожність етнічної картини світу і концептосфери, а не про їх гіперо-гіпонімічний характер, тобто суперечать її припущенням про те, що начебто етнічна картина світу є ширшим поняттям.

У зв'язку з цим, розглядаючи культурний концепт як базову одиницю культури, зокрема у плані його цінностей для носіїв культури, які можуть бути як специфічними для конкретного етносу / субетносу / суперетносу, так і загальнолюдськими (за В.І. Карасиком) і які, як уже було вище згадано, найбільш схильні до змін (на відміну від етнічних констант), дослідники (М.І. Толстой, Ю.С. Степанов), постулюють той факт, що, змінюючись, цінності зумовлюють вектор домінанти і сприяють зміні загальної етнічної картини світу, або концептосфери.

При цьому слід зазначити, що нова культурно-ціннісна домінанта формується на основі модифікації, а час від часу і руйнації колишньої, створюючи нові установки для зміни стереотипів епохи, набуваючи прототипічного стану розвитку.

У процесі накопичення культурно-ціннісного досвіду відбувається його концептуалізація у свідомості людей, і різні етноси неоднаково концептуалізують таку інформацію. Найважливіша інформація є ядром культурно-ціннісних домінант, поки етнос не визначиться з новими імперативами епохи, які б мотивували нові стереотипи поведінки, заковані, у свою чергу, у структурі базисних культурних концептів, тобто у концептосфері.

При зміні епох трансформація загального культурного образу зумовлює переоцінку ключових концептів попередньої культурно-ціннісної домінанти. Можливою є трансформація ядерних елементів концептів на периферію, і навпаки. Відтак, зміни у структурі культурних концептів зумовлюють зміни і в структурі концептосфери, які можна виміряти.

Методологічно таке вимірювання дослідники вже розпочали в рамках фундаментального проекту “Лингвистика и аксиология: этносемиметрия ценностных смыслов” [Лингвистика ... 2011, с. 8], проте, теоретично і методологічно наука лінгвоаксіологічна етносеміметрія перебуває у стадії розробки. Етносеміметрична параметризація передбачає, перш за все, когнітивно-семантичну інтерпретацію визначених типів і видів цінностей, що онтологічно відображені у культурних концептах як фіксаторах етнічних констант і культурно-ціннісних домінант у житті конкретного етносу, у даному разі британського й українського. Припускаємо, що все цінне попередньої культурної домінанти є будівельним матеріалом для нової панівної домінанти, а тому нова культурно-ціннісна домінанта є продовженням семіотичної творчості етносу як із ефектом заповнення мотиваційного континууму аксіоконцептосфери, так і з частковою її трансформацією.

## 1.4 Етносеміометрична параметризація бінарно-матричної структури категорійно-ціннісних концептів і доменів

1.4.1 Науковий об'єм терміна “семіометрична параметризація” в його проєкції на поняття аксіоконцептосфера етнокультури. Питання розкриття взаємозв'язків мов і культур, а також відображення в мовах етнічних констант і культурно-ціннісних доміант (А. Вежбицька, С. В. Колтакова, Й. А. Стернін, М. О. Шутова та ін.) і зокрема факторів, що забезпечують повноцінний обмін інформацією між представниками як одного соціуму, так і різних країн, зумовили необхідність розробки нової теорії і методології для вивчення національної специфіки семантики мови [Стернина 2014]. Наразі все частіше у лінгвістичних студіях починають звертатися до формалізованих параметрів опису національної специфіки мовних підсистем [Стернина 2009; 2010; 2011; 2014], а також до розробки семіометричних процедур аналізу ціннісних смислів, відображених у мовних системах [Лингвистика и аксиология ... 2011].

Витоки цих сучасних тенденцій сягають часів розробки квантитативних методів у лінгвістиці, про необхідність застосування яких говорив свого часу І. О. Бодуен де Куртене: “слід частіше застосовувати в мовознавстві кількісне, математичне мислення і в такий спосіб наблизити лінгвістику до більш точних наук” [Бодуэн де Куртене 1963, с. 17]. До того ж Б. М. Головін у монографії “Язык и статистика” пояснював доцільність “квантитативных методів об'єктивною властивістю мов мати кількісні ознаки, характеристики” тощо [Головин 1971, с. 11].

Перші праці у лінгвістиці із застосуванням кількісних методів аналізу Дж. Ципфа з'явилися вже у 30-х-40-х рр. ХХ ст. [14], а з другої половини ХХ ст. вони стають необхідною процедурою методик лінгвістичного аналізу (Дж. Грінберг, Б. М. Головін, Ю. М. Караулов, В. Б. Касевич, В. В. Левицький, М. М. Пещак та ін.), починаючи від експериментальної фонетики

і продовжуючись у роботах із когнітивної лінгвістики (Й. А. Стернін, М. А. Стерніна та ін.), психолінгвістики (В. В. Красних та ін.) тощо.

У результаті застосування квантитативних і статистичних методів дослідники дійшли висновку, що ці процедурні операції можуть бути корисними й ефективними лише при дослідженні окремих показників мовних одиниць, як-от: вимірювання розміру слів, їхньої частоти, кількості значень тощо), але водночас вони є вкрай важливою характеристикою лексико-семантичної системи кожної мови, яка не завжди може бути об'єктивно описана за допомогою якісного (тобто квалітативного) аналізу. З огляду на таку постановку проблеми набувають все більшої аргументованості й значимості лінгвістичні студії, в яких здійснюється **семіометрична параметризація** якісних показників явищ, що належать до лексико-семантичної системи мови, а останнім часом і до когнітивного рівня – на зразок таких утворень, як концепт, концептосфера тощо.

Теоретичне підґрунтя для розробки процедури семіометричної параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфери потребує уточнення обидвох термінологічних компонентів цієї наукової дескрипції.

У “Кратком словаре когнитивных терминов” В. З. Дем’янков під терміном “параметризація” розуміє “одне з основних концептуальних понять дослідження мови як ідеалізованої системи людської когніції” [Краткий словарь ... 1997, с. 118]. В “Экономико-математическом словаре” (на електронному ресурсі) Л. І. Лопатнікова знаходимо, по суті, подібне визначення цього поняття, яке дослідник також пов’язує з системним аналізом об’єкта (процесу), що полягає у виділенні найсуттєвіших факторів, в їхній характеристиці та кількісному вимірюванні отриманих параметрів [Лопатников: ел ресурс]. У цьому ж ракурсі і В. З. Дем’янков коментує цей термін крізь призму принципів і параметрів універсальної граматики Н. Хомського [Chomsky 1994, р. 1-2], відповідно до якої припускається, що у мов немає ані правил, ані конструкцій [...], бо всі ці поняття – винаходи дослідників, а є універсальні принципи і кінцевий набір можливостей

(значень параметрів), допустимих для конкретної мови [Краткий словарь ... 1997, с. 118].

Ці засадничі положення універсальної граматики Н. Хомського сягають квантитативної теорії і методології Дж. Грінберга, про що також пише Л. І. Лопатніков, коли міркує над визначенням терміна “параметризація” і переконує у тому, що він “найбільш точно виражає застосування різних квантитативних методів щодо мови як імовірнісної багатовимірної системи” [Лопатников: ел ресурс].

З параметризацією, на думку В. З. Дем’янкова, пов’язане поняття “прототипу, який підлягає оптимізації за тими чи іншими параметрами, а тому з прототипізацією впливає певна параметризація: прототипізація є результатом оптимального набору компонентів, відібраних із безлічі параметрів. Параметр – це скалярне впорядкування виборів, що відображає межі варіювання, а тому відповідає деякому інваріанту. Варіювання за певним параметром характеризується відношенням маркування” [Краткий словарь ... 1997, с. 120] або індексації (у термінах Й. А. Стерніна і М. А. Стерніної).

Загалом з-поміж різноманітних визначень терміна “параметр” у довідникових і лексикографічних джерелах наявна така спільна дефініція, як “величина, що характеризує суттєву властивість певного явища, або як величина, яка характеризує стан системи” [Ефремова 2001], з якої випливає те, що параметри застосовуються для характеристики властивостей і станів певної системи, зокрема, на нашу думку і аксіоконцептосфери, що також є структурою, між складниками якої встановлюються синергетично-системні відношення.

Найчастіше термін “параметр” уживають в його науковій сполучуваності з терміном “модель” (“параметр моделі”), і це цілком закономірно. Говорячи про польову природу (мотиваційний континуум) концептосфери, яка ґрунтується на інваріантно-варіантному й ядерно-периферійному принципах, йдеться саме про її параметричну модель.

Параметр такого типу моделі – це відносно сталий показник, який характеризує елемент цієї системи або відношення між елементами, або процеси тощо. Сукупність властивих для цієї системи параметрів буде показувати, чим модельована система (елемент, процес), наприклад, аксіоконцептосфера, її концепти є відмінними від інших моделей [Параметрические методы ... : ел ресурс].

Як правило, виділяють *якісні* параметри, що фіксують наявність або відсутність певної властивості, і *кількісні* параметри, здатні ідентифікувати ступінь виразності, динаміку певної властивості. Уважають, що основні параметри системи – це такі її характеристики, які змінюються лише тоді, коли змінюється сама система, тобто для даної системи – це константи (у нашому випадку – етнічні) [Параметрические методы ... : ел ресурс 8].

Наразі у зіставній лінгвістиці для семіометрії національної специфіки мов і концептосфер за відповідними параметрами Й. А. Стернін і М. А. Стерніна розробили зіставно-параметричний метод [Стерніна 2014], найближчою метою якого є вимірювання “за допомогою формалізованих параметрів ступеня вираження національної специфіки лексичних груп у різних мовах, а в перспективі – представлення ступеня вираження національної специфіки семантики мов за єдиною шкалою” [Стерніна 2014, с. 4].

Характеристика того чи іншого мовного або когнітивного явища в рамках відповідного параметра виражається у вигляді певного індексу, представленого в абсолютних числах або відсотках. Зіставлення однойменних індексів у різних мовах дає можливість зробити висновок про наявність чи відсутність національної специфіки за даним параметром, а також про ступінь її прояву [Стерніна 2010, с. 3]. У науковий обіг семіометрії ці вчені та учні їхньої школи уже ввели понад 100 формалізованих параметрів, застосованих до декількох сотень слів англійської та російської мов. Це дає підстави визнати, що квантитативні

методи в лінгвістичній семіометрії є ефективним інструментом у пізнанні різних мовних явищ.

Надзвичайно продуктивним для етносеміометричної параметризації аксіоконцептосфери є запропонований Н. О. Неровною індекс когнітивного різноманіття концепту, що визначається як відношення кількості когнітивних ознак, які утворюють структуру концепту в концептосфері однієї етнокультури, до кількості когнітивних ознак, які утворюють концепт у концептосфері зіставлюваної культури [Неровная 2009]. Заслужує на подальшу апробацію також індекс різноманіття когнітивних класифікаторів зіставлюваних концептів.

У такому ж напрямі пропонує здійснювати вимірювання ціннісних систем різних культур керівник уже неодноазово згадуваного проекту Серебреннікова Є. Ф., яка при цьому зазначає, що виконання цих семіометричних процедур потрібно зосередити на аналізі структури і змістових доміант аксіоконцептосфери – сукупності ціннісних смислів соціального світу, які наразі становлять складну проблему як у плані координат духовноморального стану суспільства, критеріїв оцінки явищ сучасності, так і у плані їх розробки у філософії і в комплексі гуманітарних дисциплін, зокрема і в лінгвістиці [Серебренникова, с. 18].

Вона пропонує власну модель аксіоконцептосфери і виділяє в ній п'ять мотиваційних сфер побутування цінностей.

1. Сфера Істини, де цінність має семіометрично параметризуватися в операторах “істинно / хибно” по відношенню, по-перше, до наявності речей, істот за параметричним індексом “ідентичність”, і, по-друге, до знання про них за параметричним індексом “експланаторність” як гносеологічний когнітивний принцип пояснення різних феноменів світу.

2. Сфера Прекрасного, де цінність має семіометрично параметризуватися в операторах “прекрасне / потворне” по відношенню до сутностей природи, спостережуваного світу і уявлень людини, або речей, які людина створює сама.

3. Сфера Етики, де цінність має семіометрично параметризуватися в операторах “добре / погано”, “добро / зло” по відношенню до поведінки людей залежно від соціальної моралі цієї спільноти, яка нав'язує індивіду правила поведінки в рамках усталеного соціального консенсусу (національні або групові цінності в таксономії В. І. Карасика), або залежно від внутрішньої моралі (індивідуальні цінності) в разі, якщо індивід сам встановлює й обирає для себе правила поведінки.

4. Сфера Задоволення (у філософській таксономії – гедоністичні цінності), де цінність має семіометрично параметризуватися в операторах “приємне / неприємне/огидне” по відношенню до сфери відчуттів – джерела задоволення при переживанні станів, у процесі контактування з людьми, явищами, речами.

5. Сфера Практичної користі, де цінність має семіометрично параметризуватися в операторах “корисно / шкідливо” по відношенню до оцінюваного об'єкта з маркуванням плюсів і мінусів [Серебренникова с. 29].

Як бачимо, за онтологічним параметром наведені аксіосфери цінностей поділяються на дві категорії: цінності буття й цінності культури. За змістовим параметром наявні сфери відображають їх категоризацію на основі започаткованих і осмислених ще античними філософами категорій “Добро”, “Краса”, “Істина” і поділяються на матеріальні, соціально-політичні й духовні. За формальним – категоризуються на позитивні й негативні, відносні й абсолютні, суб'єктивні й об'єктивні.

І вже ці узагальнення й параметризація мотиваційних сфер цінностей свідчить про головну їх онтологічну характеристику, якою є бінарність, яка дає змогу простежити їх ієрархічний характер, перехресність в інваріантно-варіантній і ядерно-периферійній організації аксіоконцептосфери.

1.4.2 Бінарна структура категорійно-ціннісних концептів та їх ієрархія в аксіоконцептосфері. Попередні спостереження над процесом категоризації й параметризації цінностей дають



підстави припустити, що ця категорія відображає здатність свідомості людини відображати дійсність через сукупність сприйняття й переживання, колективного й індивідуального, суб'єктивного й об'єктивного. Ментальні процеси, що відбуваються під час пізнання і категоризації навколишнього світу, становлять когнітивний досвід людини. У свою чергу, когнітивна діяльність знаходить відображення в мові. Це підводить до логічного висновку про те, що цінності як найважливіший результат осмислення світу людиною є не тільки поняттєвою категорією, а ще й лінгвістичною категорією, яка найбільшою мірою може бути виявлена шляхом мовної параметризації.

У цьому контексті слухними є міркування І. В. Чекулая, який припускає, що цінність – це усвідомлена якість, і звідси може бути лише єдине логічне пояснення онтологічної сутності цінності, яка заснована на суб'єктно-об'єктних відношеннях, зокрема на взаємодії якісних характеристик об'єкта з їхнім пізнанням з боку колективного суб'єкта. Цінності існують незалежно від людей, але в той же час вони – це не просто предмети й явища навколишнього світу, а метонімічно перенесені на них їхні інгерентні або оказіональні властивості й ознаки. Звідси і впливає розуміння цінностей як суб'єктно-об'єктних відношень з акцентом на об'єктному важелі у цих відношеннях. Якщо об'єкт розуміється і, отже, може отримувати мовну номінацію, то після закріплення за ним певного мовного знака (лексеми) він дистанціюється від індивідуального або колективного суб'єкта [Чекулай, с. 54].

Цінності, як слушно відзначає О. В. Алексеев [Алексеев 2015, с. 83], занурені у контекст культури, тісно пов'язані зі способами вербалізації значимих смислів як у рамках однієї культури, так і в міжкультурному плані, як у синхронії, так і в діахронії. У такому разі аксіологічний вимір семантичної еволюції слова як фіксатора етнічних констант і культурно-ціннісних домінант, репрезентантами яких є переважно концепти, має спиратися як на матеріали фольклору, міфології, поезії [Брунова 2002, с. 68]

тощо, так і на мовну реконструкцію культурних і соціальних кодів цивілізації [Васильев 1997, с. 5]. Це і є основним завданням лінгвоаксіологічної етносеміометрії – співвіднести семантику слова й особливості його вживання з тією ціннісною картиною світу (термін В. І. Карасика), яка сформувалася у свідомості носіїв мови в певну історичну добу.

Наразі такі завдання поступово виконуються, і, як справедливо зазначає Т.С. Семегин [Семегин 2011, с. 36-38], сучасна лінгвоконцептологія вже має досвід реконструкції концептів, що репрезентують різні цінності.

І як незаперечний висновок цих студій – це була одностайна думка дослідників про те, що аксіологічно навантажені концепти онтологічно і мотиваційно ґрунтуються на **бінарно-опозиційному принципі** їхнього творення, що підтверджують й наші попередні спостереження, наведені вище, де йдеться про бінарні оператори як перший шлях до етносеміометричної параметризації аксіосфер цінностей. Саме цією природною сутністю ціннісні концепти відрізняються від структури інших концептів.

Дискусія щодо бінарного характеру ціннісних концептів є далекою від свого завершення. І навіть не визначилися вчені щодо термінологічного їх позначення. Тому, перш ніж спробувати визначити структуру аксіологічних концептів, спершу варто хоча б оглядово проаналізувати погляди лінгвоконцептологів, які намагалися обґрунтувати свою позицію щодо вивчення бінарної/опозиційної (дуальної) природи таких ментальних утворень.

З цього приводу О. С. Снитко у своїй роботі “Коди культури у мовній об’єктивації дійсності” зазначає, що онтологічною властивістю концептів є їх здатність до утворення дихотомічних пар, яка детермінована найдавнішою рисою мислення людини – дуалізмом [Снитко 2008], сформованим ще за часів архаїчної організації суспільств, які в ході проведення ритуалів формували дуалістичне сприйняття навколишньої дійсності. Дуалістична організація світу, покладена в основу міфів багатьох народів, відобразилася і

на впорядкованому розташуванні ментальних одиниць в аксіоконцептосфері соціуму за принципами опозиційності й бінарності [див. про це: Руднев 1997].

У цьому переконує В'яч Вс. Іванов, який твердить про те, що структура бінарних опозицій, сформована логіко-філософською теорією бінарності на основі міфологізації, є однією з найголовніших категорій людського мислення. А тому архітектоніка знань членів певного етнічного колективу (якою і, насамперед, аксіоконцептосфера) може бути вивчена лише за допомогою бінарної логіки [Іванов 1998, с. 34], на основі якої вона й організована.

Найбільш детальну класифікацію семіотичних опозицій у міфологічному контексті розроблено у працях Т. В. Цив'ян (можна ще згадати і праці О.В. Тищенко), які включає дванадцять основних пар (лівий – правий, вперед – назад, вгору – вниз, свій – чужий, добре – погано тощо). Поділ цих пар на опозиції не є випадковим і детермінований ціннісним виміром світу. Ліва частина такої опозиції маркована за оцінною шкалою позитивно (позитивна оцінка +), а права – негативно (негативна оцінка –) [Цив'ян 2006, с. 65]. Ця оцінна шкала має свою семіометричну ефективність в опозиційному вимірі світу.

Теорія опозицій загалом ґрунтується на понятті інваріантності, де кожен з позитивних/негативних операторів оцінної шкали реалізується в кожній культурі у своїх варіантах. З цього приводу слід навести думку І. В. Чекулая, який зазначає, що “цінності не мають певного оцінного знака, бо корелювані об'єкти можуть мати позитивну цінність для одних суб'єктів оцінки і негативну – для інших, тобто, в аксіологічному плані один і той же об'єкт може мати як цінність, так і антицінність. Тому категоріальні ціннісні концепти мають складну бінарну природу” [Чекулай, с. 78].

Мотиваційний континуум аксіоконцептосфери має також інваріантно-варіантний принцип побудови, де інваріантом є загальнолюдські цінності, відображені у свідомості носіїв мов як етнічні константи, а варіантом – інші

типи і види цінностей з їх ядерно-периферійною організацією в кожній лінгвокультурі, які є культурно-ціннісними домінтами.

Ця концептуальна ідея дисертації узгоджується з теорією категоризації Дж. Лакоффа, в основі якої лежить ієрархічна структура рівнів категоризації. Цілком погоджуємося з ученим у тому, “що категорії (а цінність є найголовнішою фундаментальною категорією) не тільки організовані в ієрархію від найбільш загальних до найбільш конкретних (це може бути інваріантно-варіантний порядок організації, партиципативний і навіть гіперо-гіпонімічний), а й організовані так, що базові з когнітивної позиції категорії перебувають в середині ієрархії загального – конкретного. Генералізація (інваріантність) відбувається у напрямі вгору від базового рівня, а спеціалізація (варіантність) – вниз” [Лакофф, с. 29].

У лінгвоконцептології інваріантна модель побудови світу реалізується у варіантах антиконцепти (Ю.С. Степанов та ін.) / бінарні концепти (Н.В. Коч, Т.С. Семегин, С.М. Щербина та ін.), які хоча і дещо по-різному тлумачаться дослідниками, проте насправді позначають одне й те саме поняття.

Одним із перших, хто почав оперувати терміном “антиконцепт”, був Ю. С. Степанов, який стверджував, що “антиконцепти становлять одне з найяскравіших, суперечливих, а тому актуальних явищ культури” [Степанов 2007, с. 147]. У своїй роботі Т. С. Семегин, яка досліджувала бінарні концепти, пише про те, що до антиконцептів належать лише ті утворення, в структурі яких вагоме місце займає ціннісна складова (пор. вище згадний у цьому плані погляд І. В. Чекулая). У такому випадку різниця між концептом і антиконцептом буде зумовлюватися маркованістю концепту за оператором: позитивно / негативно. Пари на зразок *день – ніч*, *зима – літо* не є антиконцептами, хоча вони теж побудовані на основі протиставлення. Антиконцепт виникає тоді, коли він викликає протилежне ставлення до репрезентованих ним фактів, явищ у лінгвокультурі. В опозиціях *щастя – горе*, *надія – відчай* другий елемент, згідно з цією гіпотезою, є

антиконцептом, оскільки ліва частина опозиції є позитивно маркованою, права – негативно, а в центрі цих ментальних одиниць лежить цінність [Семегин 2011, с. 22-28]. І знову ж таки тут варто зробити застереження у тому, що ця шкала спрацьовує відповідно до ціннісних домінант як кожної конкретної культури, так і індивідуальних цінностей особистості.

Серед гіпотез щодо причин широкого побутування у культурах опозицій найбільш вірогідною є психологічна теорія, представники якої стверджують, що людина прагне аналізувати всі явища дійсності в контексті користі чи шкоди для себе і своєї соціальної групи. Кожна з пар протиставлень тлумачиться відповідно до критерію “сприятливий – несприятливий” [Мельникова 2003, с. 26]. І за спостереженнями В. Руднева, саме бінарні опозиції (*життя – смерть, щастя – нещастя*) лежать у центрі картини світу та відзначаються універсальним характером [Словарь культуры].

Когнітивно-культурно-психологічний погляд на природу цінностей зумовив у лінгвоконцептології численні дослідження найважливіших світоглядних категорій у взаємодії з їх протилежними категоріями на зразок ДОБРО / ЗЛО, ЖИТТЯ / СМЕРТЬ, ПРАВДА / НЕПРАВДА, GLORY / DISGRACE, SUCCESS / FAILURE, ПРЕКРАСНИЙ / ПОТВОРНИЙ та ін. (див. про це докладніше: Т.С. Семегин, С. М. Щербина та ін.), оскільки “раніше і в лінгвістичних студіях, і в логіко-філософських, вивчався переважно позитивний оператор” [Воркачев 2007, с. 54].

О.М. Вольф пояснює таку перевагу тим, що оцінка *добре* означає як відповідність нормі, так і її перебільшення, у той час, як оцінка *погано* завжди імплікує відхилення від норми” [Вольф 2014, с. 19]. Важливе значення відіграє етнічна детермінованість, що передбачає неоднакове ставлення до того чи іншого феномена серед представників різних лінгвокультур. Так, А. М. Приходько зазначає, що “той самий концепт може нести позитивний заряд в одній мові й негативний – в іншій, або бути концептуально незначущим – у третій [Приходько 2008, с. 101].

З огляду на ці припущення вважаємо за доцільне розглядати параметричний показник бінарності як інструмент для діагностики ціннісного навантаження відповідних концептів в аксіоконцептосфері.

Така постановка проблеми звертає увагу ще на одне проблемне питання щодо розробки типології і таксономії концептів за відповідними критеріями, пов'язаними з семіометричними показниками, зокрема за критерієм “параметричності/непараметричності”, запропонованим В.І. Карасиком і підтриманим у роботах А.М. Приходька та інших дослідників, які вважають, що цей показник не є релевантним для всіх концептів. Але, на нашу думку, це суперечить настановам когнітивно-дискурсивної парадигми, яка повернула людині статус “мірила всіх речей”. В. І. Карасик виділяє параметричні (критеріями для вимірювання яких можуть бути простір, час, розмір, форма, кількість, якість або очікувані чи прогнозовані сутності) та непараметричні (мають предметний зміст) концепти [Карасик 2002, с 98]. Певні суперечності наявні й у класифікації концептів, розробленої А. М. Приходьком [Приходько 2008], зокрема за критерієм регулятивності / нерегулятивності, де він до нерегулятивних концептів відносить ПОДАРУНОК, ПОДОРОЖ, ЧАС, які, на його думку, не вирізняються своїм ціннісним компонентом. Немає потреби навіть коментувати певну некоректність цих припущень, адже подарунки не просто відображають різні виміри цінностей, а й мають особливе значення для представників кожного соціуму, пов'язані з такими архаїко-міфолого-ритуальними поняттями, як ДАР, ОБМІН, а також традиціями, світоглядом тощо.

Очевидною є дискусійність питання щодо критеріїв параметричності / непараметричності, регулятивності / нерегулятивності концептів та інших дотичних до цієї проблематики важливих питань, яка свідчить про необхідність продовження їх вивчення саме крізь призму нової науки лінгвоаксіологічної етносеміометрії.

Повертаючись до структури ціннісних концептів, які є за своєю

онтологічною природою бінарними сутностями з аксіологічним навантаженням та протилежністю як суттєвою ознакою сприйняття світу загалом та кожного окремого фрагмента дійсності зокрема, констатуємо, що у формуванні їх мотиваційно-категоріальної природи, на думку І. В. Чекулая, релевантним є *діяльнісний* підхід (див. про це: А. А. Зернецька).

Діяльнісний підхід передбачає комплексний аналіз понять “стимул” і “мотив”, де під першим розуміється сукупність потреб (згадаймо типологію таксономію цінностей відповідно до різних потреб людини: біологічних, соціальних, індивідуальних) суб'єкта думки й висловленого оцінного ставлення до думки про них, а під другим – осмислення виконання такої діяльності й формування готовності до її виконання. У свою чергу, стимул поєднує як зовнішні, так і внутрішні по відношенню до свідомості людини ознаки, які можуть реалізовуватися лише в тому випадку, якщо у суб'єкта висловлення є інтерес до даної діяльності або окремих дій.

З цього випливає розуміння категоріального ціннісного концепту ІНТЕРЕС (INTEREST) як безпосередньої репрезентації стимулу у свідомості суб'єкта та вираження оцінної думки про певні потреби [Чекулай, с. 80]. Цей концепт є ядром мотиваційного континууму аксіоконцептосфери та загальнокатегоріальним інваріантом цінностей, варіантами якого є три його види: 1) біологічні інтереси; 2) соціальні інтереси; 3) індивідуальні інтереси, які, у свою чергу, позначаються також відповідними ціннісними концептами.

Надалі діяльність для реалізації потреб як інтересу пов'язана з пріоритетами людини, тобто, яке вони мають для неї ЗНАЧЕННЯ (MEANING). Інтерес може виявлятися лише до тих речей, які є значимі для індивіда, а значення речі набувають тоді, коли вони перебувають у сфері інтересів суб'єкта дії й пізнання [Чекулай, с. 81]. Відповідно до цього в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери навколо ядра ієрархічно вибудовуються концепти, що репрезентують три категорії цінностей 1) матеріальні, 2) соціально-політичні й 3) духовні.

Наступний етап пов'язаний з послідовністю дій або станів людини, що є цілком прогнозованим і мотивованим життєвим досвідом представників соціуму. Всі ці алгоритмічні функції виконує концепт, що позначається іменем ПОРЯДОК (ORDER) [Чекулай, с. 81]. У кожній лінгвокультурі є свої доміанти: першого порядку, другого порядку й третього порядку, а також несуттєві взагалі (табл 1.2). Порядок установлює також кожна індивідуальна особистість для себе, зокрема, в тому, які для неї потреби мають першочергове значення, а які – другорядне. Цей етап параметризації категоріальних ціннісних концептів є основним у конструюванні мотиваційного континууму аксіоконцептосфери британців і українців.

Заключна стадія діяльності – це досягнення як інтелектуальна її репрезентація, що відображена в концепті РЕЗУЛЬТАТ (RESULT). Саме ця стадія і, відповідно, даний концепт показують, чи відбулася діяльність взагалі [...] і до яких якісних, кількісних та інших показників ця діяльність привела суб'єкта [Чекулай, с. 82]. Розробити процедуру етносеміотричної параметризації цих результатів передбачаємо у другому розділі дисертації.

Погоджуємося з І. В. Чекулаєм – автором терміна "категоріальний ціннісний концепт", що він має відносний характер, оскільки концепти ІНТЕРЕС, ЗНАЧЕННЯ, ПОРЯДОК і РЕЗУЛЬТАТ є ключовими ментальними категоріями не тільки для вивчення ціннісної категоризації світу. Ці концепти позначені запропонованим терміном лише для того, щоб показати, що саме вони відображають онтологічну сутність цінностей, лежать в основі їх категоризації і оцінної таксономії у мовах [Чекулай, с. 82], тобто є інструментом для інваріантно-варіантного і ядро-периферійного конструювання мотиваційного континууму аксіоконцептосфери.

1.4.3 Ядро-периферійна параметризація категорійно-ціннісних доменів аксіоконцептосфери. Цінність, як і культура в цілому, вважає М.Ф. Алефіренко, пов'язана з діяльністю, яка виконує в її механізмі конструктивну роль. Дійсно, людина завжди прагне до чогось або



уникає чогось. При цьому вона оцінює і людей, і життєві обставини, і власну поведінку і на основі цієї оцінки діє [Алефіренко, с. 100].

Чотири етапи діяльнісного підходу до ціннісної параметризації аксіоконцептосфери є денотативною основою формування ціннісних концептів і функціонально-семантичною основою творення оцінно-маркованих мовних одиниць [Чекулай, с. 87]: 1) етап діяльності ґрунтується на антропоцентричному принципі, де Людина-суб'єкт стимулює й мотивує свої інтереси (співвідноситься з античними філософськими уявленнями про цінності, пов'язаними з формуванням поняття ІСТИНА); 2) етап – значимості цінностей для людини співвідносимо з первісними формуваннями морально-етичних уявлень про ДОБРО/БЛАГО; 3) етап гармонії – коли є баланс і порядок цінностей з їх пріоритетами для людини – в античних філософських уявленнях ототожнювався з поняттям КРАСА; 4) етап як очікуваний результат – пізніше в філософських ученнях про цінності був позначений як КОРИСТЬ через опозицію сприятливий/не-сприятливий для людини – носія цінностей.

Ці чотири ментальні етапи пізнання світу є онтологічними принципами для семантичного структурування (Чекулай, с. 88) аксіоконцептосфери, крізь призму яких розкривається організація відношень між іншими ціннісними концептами, а також реконструюється ціннісна семантика вербалізаторів кожного концепту.

Аксіоконцептосфера з огляду на таку організацію детермінована категоріально-ціннісними семантичними утвореннями (термін І. В. Чекулая) на зразок доменів (Є. Рахіліна), за допомогою яких відбувається структурування досвіду і які показують перехресні зв'язки й відношення семантично пов'язаних між собою концептів. Уже доведеним є факт, що кожен концепт занурений у домени (domains), які утворюють структуру, співвідносну з фреймовою структурою Ч. Філлмора і когнітивним контекстом (М.М. Бордирева). Домени (когнітивні контексти) є тим фоном,

де випромінюються значення всіх можливих вербалізаторів концепту в їх зв'язках з іншими концептами.

Співвідношення категоріальних ціннісних концептів, категоріальних доменів з їх внутрішньою ціннісно-семантичною структурою, представленою в аксіоконцептосфері, а також з іншими трансформованими концептами зі сфер чуттєво-емоційного й соматичного досвіду, вербалізатори яких внаслідок процесів семантичної транспозиції (метафоризації та метонімізації) набули ціннісної семантики, тобто перейшли до сфери цінностей, має багатовимірний матричний характер (О.О. Черхава). І якщо на когнітивному рівні ціннісні концепти мають бінарний характер, то на семантичному – матричний, який впливає з когнітивного. Відтак, мотиваційний континuum аксіоконцептосфери представлений 3 категоріально-ціннісними доменами (термін І. В. Чекулая).

1. Ядерними (базовими) категоріально-ціннісними доменами є INTEREST, MEANING, ORDER, RESULT, які передають загальну семантику цінностей, мотивовану чотирма етапами діяльності людини й відображену у гіперконцептах ІСТИНА, ДОБРО/БЛАГО, КРАСА, КОРИСТЬ.

2. Навколоядерну зону мотиваційного континууму аксіоконцептосфери, на думку І. В. Чекулая, становлять категоріально-ціннісні концепти REASON, IMPORTANCE, EFFECT, DEVELOPMENT (РОЗУМ, ВАЖЛИВІСТЬ, ЕФЕКТ/ВРАЖЕННЯ, РОЗВИТОК), які відображають певні стадії кожного етапу діяльності. Вони є проміжними ціннісними семантичними утвореннями між ядерними/базовими доменами аксіоконцептосфери [Чекулай, с. 89-90].

3. Периферійну зону мотиваційного континууму аксіоконцептосфери утворюють такі перехресні або крос-категоріальні ціннісні домени, як PARAMETER NORM та PROTOTYPE NORM, PECULIARITY та PRIORITY, STABILITY та USUALNESS, PERSPECTIVE і USEFULNESS (ПАРАМЕТР НОРМИ та ПРОТОТИПИ НОРМИ, ОСОБЛИВІСТЬ та ПРІОРИТЕТНІСТЬ, СТАБІЛЬНІСТЬ та УМОВНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ та СВОБОДА). Як і

проміжні домени, вони є перехідними семантичними ціннісними зонами між базовими доменами, але, на відміну від навколоядерних доменів, вони не утворені безпосередньою взаємозумовленістю базових доменів, а детерміновані перехресним впливом на їх формування базових ціннісних гіперконцептів [Чекулай, с. 90].

Категоріально-ціннісні домени утворюють мотиваційний континuum завдяки ядрено-периферійному принципу (summing principle), де інваріантний категоріально-ціннісний концепт формується в результаті багатовимірного сприйняття референтів цього концепту. Саме так формуються аксіологічні погляди й аксіоконцептосфера кожного народу.

1.4.4 Калейдоскопічна матриця категорійно-ціннісних доменів і ціннісних концептів. Аксіологічний досвід людини формується у матричному асоціативно-лінійному структуруванні.

Цінності мають свої особливості як внутрішньої концептуальної організації, так і структури взаємопов'язаних концептів. Погоджуємося з І. В. Чекулаєм, що концепти структуруються за схемою вибору найбільш суттєвих ознак з емпіричного аналізу впливів різних предметів, явищ тощо, які мають **певні параметри**, на сферу перцепції, мислення, емоції і почуття, волевиявлення, переконання і суб'єкта оцінки такого впливу [Чекулай, с. 92].

В результаті подібних впливів явищ навколишнього світу або соціуму на перцептивну, соматичну й особистісну сферу індивіда у нього формуються уявлення про “сприятливість/несприятливість” такого впливу. Цей досвід складається поступово. Отриманий в результаті такої концептуальної інтеграції образ предмета асоціюється з індивідуальним відчуттям людини. Створюється узагальнений образ (ментальне відображення) якостей даного предмета у свідомості індивіда. Внаслідок емпіричного переосмислення уявлень про предмет виникає і його аксіологічний зміст.

Аксіологічний штамп (матриця/форма) накладається на змістові характеристики концепту і набуває оцінних параметрів, які, у свою чергу, накладаються структурою самого предметного концепту і відображаються у свідомості людини як картинка/гештальт – як єдність предметного і ціннісного концептів [Чекулай, с. 93].

Ціннісний концепт як бінарно-матрична структура складається із двох ментальних зон, виражених у вербалізаторах з позитивним і негативним операторами, ядром якої є *ціннісно-поняттєвий компонент*, тим часом як навколоядерну і периферійну зони утворюють *ціннісно-оцінний* і *ціннісно-образний* шари, що в аксіоконцептосфері розташовані залежно від етнічних констант і культурно-ціннісних домінант конкретної культури на різних фазах її розвитку. Як наслідок, утворюється своєрідний симбіоз, схрещення ціннісного компонента з поняттєвим, оцінним і образним.

Т.С. Семегін наводить у своїй дисертації різні думки дослідників щодо структури ціннісних концептів і навіть їх термінологічного позначення і пише, що Н. Л. Арутюнян пропонує називати ціннісні концепти “надконцептами”, наголошуючи, що останні є позначенням вищих цінностей [Арутюнян 2007, с. 12–17]. В. І. Карасик називає їх “культурними домінантами”, які утворюють певний тип культури [Карасик 2002, с. 118]. А. П. Бабушкін зазначає, що ці концепти [...] мають модально-оцінний характер і визначаються моральними нормами й традиціями соціуму (про це йшлося вище при аналізі категоріально-ціннісних доменів PARAMETER NORM та PROTOTYPE NORM аксіоконцептосфери). Структура цих концептів має інваріантне “ядро” навколо якого існує досить широкий спектр особистих асоціацій, а тому він пропонує називати їх “калейдоскопічними концептами” [Бабушкін 2001, с. 56]. Цей термін, на нашу думку, може позначати тип матриці ціннісних концептів. У С. Г. Воркачова ціннісно навантажені концепти номінуються як “телеономні”, під якими автор розуміє утворення, що акумулюють вищі духовні цінності й уособлюють моральний ідеал людини [Воркачев 2003] тощо” [Семегин 2011, с. 36-38].

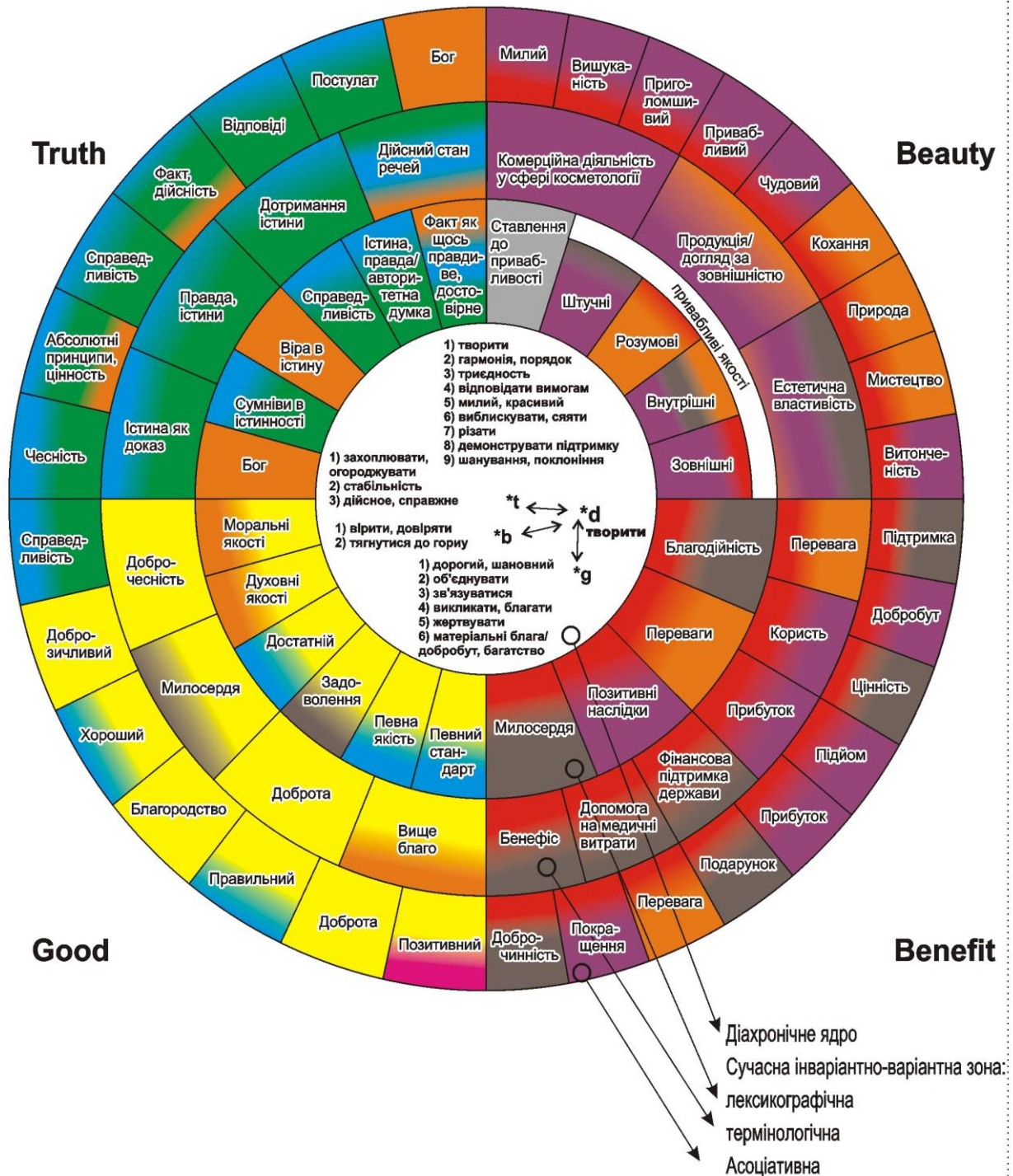
Серед ціннісних концептів ключове місце належить етичним і естетичним, що перебувають у тісному зв'язку. Розглядаючи вище передумови і розвиток філософських засад науки аксіології, було зазначено, що ще від часів античності питання про ціннісні смисли розглядалося загалом у контексті Буття людини загалом, яке розуміли як абсолютну її цінність, що виражає одночасно етичні й естетичні ідеали Істини, Добра і Краси.

Взаємопов'язаність етичних і естетичних концептів виявляється у процесі аналізу їхньої структури і під час їхнього осмислення свідомістю людини. Оскільки “людське світовідношення, за словами Л. Н. Столовича, було спочатку синкретичним, то в міфологічних текстах важко відокремити одну цінність від іншої, диференціювати естетичне від утилітарного, морального й релігійного” [Столович 1994, с. 13]. Синкретизм етичного й естетичного сягає терміна античних часів “калогатія” (у значенні “поєднання фізичної краси та духовної досконалості”; “як ідеал виховання людини”), який у сучасних лінгвістичних працях вживається на позначення гармонії форми та змісту [Арутюнова 2004, с. 10–11]. І не випадково, що в епоху Середньовіччя, як було згадано вище, єдність ціннісного світосприйняття продовжується, коли Бог уособлює триєдність Істини, Добра, Краси [Столович 1994, с. 36–37].

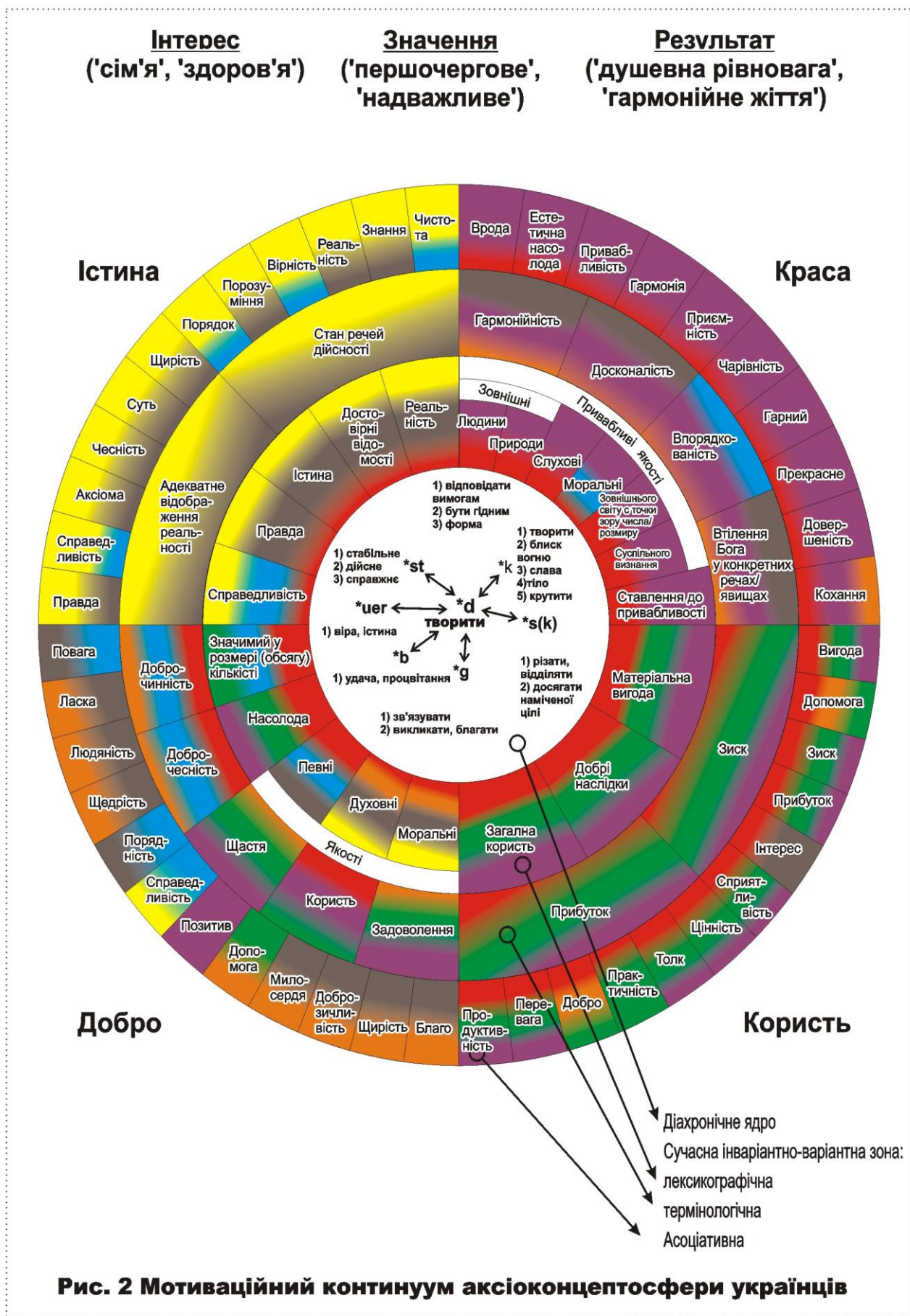
Це означає, що цінності, занурені в контекст культури, тісно пов'язані зі способами вербалізації значимих смислів як в рамках однієї культури, так і в міжкультурному плані, як у синхронії, так і в діахронії.

**Ціннісний концепт є калейдоскопічною мініматрицею бінарного типу,** який утворений шляхом концептуальної інтеграції і семантичної транспозиції (метафоричної і метонімічної) різних концептів, які інтегровані в аксіоконцептосферу з інших предметних та абстрактних сфер, набувши категорально-ціннісного значення і маючи опозиційну структуру, яка дає змогу шляхом оцінної параметризації здійснювати семіометричну

**Interest** ('money, independence')      **Meaning** ('broaden my experience')      **Result** ('life fulfillment')



**Рис. 1** Мотиваційний континуум аксіоконцептосфери британців



діагностику шкалування негативного/позитивного операторів у різних етнокультурах.

1.4.5 Позитивні/негативні оператори оцінної етносеміометрії ціннісних концептів. Цінність і оцінка існують об'єктивно й пов'язані з вибором способів мовленнєво-розумової діяльності та мовних засобів їх об'єктивації. Вибір – культурологічно важлива сфера діяльності людей або, принаймі, необхідна основна частина лінгвокультури.

Досліджуючи мовну об'єктивацію цінностей, І. В. Чекулай виділяє два рівні мовної аксіологічної системи – рівень ціннісних категорій і рівень оцінної актуалізації думки. Перший, на його думку, представлений у мові у вигляді концептів, другий – у вигляді вербалізованої оцінки [Чекулай 2006, с. 7]. Як зазначає Г. Н. Ягафарова, концепти, концентруючи цінності, вербалізуються як за допомогою лексем, так і за допомогою інших мовних утворень. Якщо реалізація відбувається безпосередньо через домінуючу лексему, то можна говорити про експліцитну об'єктивацію, якщо ж цьому сприяють вербалізовані ознаки концепту (лексеми, які приховано відображають зміст концепту), то це є імпліцитною об'єктивацією [Ягафарова 2014, с. 4, 9]. Оцінна актуалізація мовних одиниць відбувається через індексацію опозицій.

Наразі розроблено різні класифікації оцінки, проте, на нашу думку, найбільш коректною і такою, яка дає можливість визначити критерії для ідентифікації ціннісних концептів, які складають ядро духовної культури нації, є таксономія оцінок Н. Д. Арутюнової, яка побудувала її на опозиційному (бінарному, дуальному) принципі **загальної оцінки**, маркери якої, зокрема прикметники, вживаються тоді, коли оцінку надають за сукупністю різнорідних властивостей, протиставляючи її **частковим оцінкам**, до прикметникового значення яких входить додатковий компонент, що належить до структури оцінки [Арутюнова 1999, с. 194].

Значення загальної оцінки представлені опозицією прикметників



“гарний” / “поганий”, а також їхніми синонімами з різними стилістичними та експресивними відтінками (*прекрасний, чудовий, відмінний, нехороший* та ін.) [Арутюнова 1999, с. 194]. Часткові оцінки класифіковано теж за опозиційно-семіотичним принципом залежно від того, який аспект комплексного об’єкта вони характеризують: 1) *сенсорно-смакові*, або гедоністичні оцінки (приємний / неприємний, смачний / несмачний та ін.); 2) *психологічні оцінки*, засновані на раціональному осмисленні мотивів оцінки: а) *інтелектуальні оцінки* (цікавий, захопливий, глибокий, розумний / нецікавий, нудний, банальний, дурний), б) *емоційні оцінки*: (радісний / печальний, веселий / сумний, бажаний / небажаний,приємний / неприємний); 3) *естетичні оцінки* (гарний / негарний); 4) *етичні оцінки* (моральний / аморальний, добрий / злий); 5) *утилітарні оцінки* (корисний / шкідливий, сприятливий / несприятливий); 6) *нормативні оцінки* (правильний / неправильний, нормальний / аномальний, стандартний / нестандартний); 7) *телеологічні оцінки* (ефективний / неефективний) [Арутюнова 1999, с.198].

Надалі Н. Д. Арутюнова об’єднала за іншим критерієм ці сім типів часткових оцінок відповідно до того, який досвід людини вони виражають: 1) сенсорно-смакові й психологічні оцінки, що маркують чуттєвий досвід людини, зокрема, фізичний і психічний, характеризують більше смаки й уподобання суб’єкта, ніж сам об’єкт; 2) етичні й естетичні оцінки зорієнтовані на певний еталон, зразок чи приклад і належать до сублімованої оцінки; 3) утилітарні, нормативні та телеологічні оцінки, що пов’язані з практичною діяльністю, практичними інтересами і повсякденним досвідом людини, основним критерієм яких є фізична чи психічна користь, спрямованість на досягнення мети, відповідність певному стандарту, є здебільшого раціоналістичними оцінками [Арутюнова 1999, с. 198-200].

Оператори оцінної параметризації є тими характеристиками організації мислення, які лежать в основі трансформації загального ціннісного досвіду, набутого індивідом в попередній період життєдіяльності, в одиниці мови (Чекулай с. 102).

Цілком погоджуємося з І. В. Чекулаєєм, який постулює про те, що “ціннісні концепти обов’язково об’єктивуються у формі мовних одиниць, інакше безформність їх змісту не мала б функціональної ЗНАЧИМОСТІ, перетворюючи цінності в щось абстрактне, яке не має жодної цінності для індивіда та соціуму (згадаймо, про це говорив Арістотель, коли філософствував з приводи цінностей).

Саме тому філософська аксіологія і лінгвоаксіологічна етносеміометрія є аверсом і реверсом цінності як менталітету людини, і вивчення філософських аспектів цінності можливо лише в термінах мовного позначення [Чекулай, с. 95].

### **Висновки до розділу 1**

Філософсько-аксіологічна думка зусиллями античних філософів розпочала осмислення таких понять, як “Істина”, “Добро”, “Краса”, “Користь”, які набули категорійного статусу лише в добу Нового часу і зумовили необхідність розробки таксономії цінностей. Лексикографічні дефініції лексеми *цінність* дають змогу визначити її сутність передовсім як лінгвокогнітивної структури, що набула статусу мегаконцепту, ієрархічну піраміду якої конструює Людина. Лінгвокогнітивно орієнтована аксіологічна проблематика стала розроблятися в рамках науки лінгвоаксіологічної етносеміометрії, синергетичні передумови якої вже склалися для розробки адекватних методів і прийомів параметризації і вимірювання домінування ціннісних смислів у різних етнокультурах та їхнього відображення у свідомості представників цих культур.

Аксіоконцептосфера як ментальний конструкт/польова модель (мотиваційний континуум) – результат пізнання представниками конкретного соціуму і носіями конкретної мови цінностей, – утворена на основі взаємодії етнічних констант і культурно-ціннісних домінант, фіксаторами яких є ціннісні концепти як структури знань, що містять

інформацію двох ярусів: етимологічного (де збережені етнічні константи як архетипи позасвідомого) і актуального (багатовимірною поєднання ціннісно-поняттєвого, ціннісної-оцінного і ціннісно-образного компонентів, які відображають культурно-ціннісні доміанти на різних етапах етногенезу у формі стереотипів і визначають моделі поведінки етносів у конкретний період).

Параметрична діагностика аксіоконцептосфери має відбуватися шляхом виявлення когнітивних механізмів організації її мотиваційного континууму в англійській та українській мовах та параметризації в цій моделі ціннісних концептів, а також вимірювання діапазону оцінок, за шкалою яких відбувається сприйняття носіями кожної із мов ціннісних концептів, а на їх базі усвідомлення цінностей як загальнолюдських, так і етнічно-колективних та індивідуально-особистісних.

Залежно від загальної категоризації цінностей за трьома параметричними категоріями, якими є “Істина”, “Добро”, “Краса” і “Користь”, у філософії розроблялися різні їх таксономії, але найбільш коректною для даного дослідження є когнітивно-мотиваційний підхід до їх ієрархічного упорядкування, згідно з яким всі цінності параметризовані за двома онтологічними принципами: 1) екзистанційно-вітальним – цінності життя і 2) історико-культурним – цінності культури (матеріальні, соціально-політичні та духовні). Духовні цінності є ідеями, матеріальні – речами і предметами, соціально-політичні – їх поєднанням. Саме духовні цінності визначають морально-естетичне ідеологічне життя кожного соціуму, фіксують його константи й культурно-ціннісні доміанти у кожній лінгвокультурі, характеризують дух епохи і напрям розвитку суспільства на певному етапі й відображаються у свідомості представників кожної із культур у вигляді архетипів, прототипів і стереотипів та інших знакових утворень.

Домінування цінностей семіометризують за основним параметром – “важливістю/значимістю в житті людей”, тобто за типом мотиваційної мети,

яку вони виконують. За трьома універсальними потребами/інтересами людини: біологічними, соціальними й індивідуальними виділено десять мотиваційно пов'язаних основних категорій цінностей: ВЛАДА (POWER), ДОСЯГНЕННЯ (ACHIEVEMENT), ГЕДОНІЗМ (HEDONISM), СТИМУЛЯЦІЯ (STIMULATION), САМОСТІЙНІСТЬ (SELF-DIRECTION), УНІВЕРСАЛІЗМ (UNIVERSALISM), ДОБРОЗИЧЛИВІСТЬ (BENEVOLENCE), ТРАДИЦІЯ (TRADITION), ПІДПОРЯДКУВАННЯ (CONFORMITY), БЕЗПЕКА (SECURITY). Багатовимірні відношення між цими категоріями цінностей утворюють мотиваційний континуум (поле, коло) – аксіосферу. Чим ближче будь-які два значення в будь-якому напрямку по колу, тим більше подібного лежить в основі їх мотивації, і навпаки.

Аксіосфера є результатом параметричної категоризації цінностей – мотиваційним континуумом ціннісних категорій, тимчасом аксіоконцептосфера – результатом параметричної концептуалізації – мотиваційним континуумом – польовою моделлю з ядрено-периферійною й інваріантно-варіантною організацією категоріально-ціннісних доменів, базовими з яких є чотири: 1) INTEREST (біологічні, соціальні й індивідуальні потреби людини), 2) MEANING (їх важливість, значення для людини), 3) ORDER (першочерговість їх значення й упорядкування: домінанти першого, другого, третього порядку для кожної лінгвокультури й окремої особистості), 4) RESULT (їх сприятливість/несприятливість для соціуму й людини) і які співвідносні з філософськими загальнолюдськими ціннісними категоріями).

Навколоядерними доменами, суміжними з базовими, є REASON, IMPORTANCE, EFFECT, DEVELOPMENT, а перехресними, які не безпосередньо пов'язані з базовими і суміжними, а через когнітивні контексти й мотиваційні типи – PARAMETER NORM та PROTOTYPE NORM, PECULIARITY та PRIORITY, STABILITY та USUALNESS, PERSPECTIVE і USEFULNESS.

Категоріально-ціннісні домени і є сферою утворення й побутування ціннісних концептів (аксіоконцептосферою), між якими наявні багатовимірні складні ієрархічні й перехресні відношення, які становлять модель калейдоскопічної матриці бінарного типу.

Безпосередньо ціннісні концепти утворені шляхом концептуальної інтеграції і семантичної транспозиції (метафоричної і метонімічної) різних концептів, які інтегровані в аксіоконцептосферу з інших предметних та абстрактних сфер, набувши категорально-ціннісного значення і, головне, маючи бінарну структуру, яка дає змогу шляхом оцінної параметризації здійснювати семіометричну діагностику шкалування в цих концептах та їх вербалізаторах негативного / позитивного операторів для конкретної етнокультури, у даному разі – британської і української.

РОЗДІЛІ ІІ  
МЕТОДОЛОГІЯ ЗДІЙСНЕННЯ  
ЕТНОСЕМІОМЕТРИЧНОЇ ПАРАМЕТРИЗАЦІЇ  
МОТИВАЦІЙНОГО КОНТИНУУМУ АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР  
В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

**2.1   Методологічний   стан   лінгвокультурної   концептології  
та передумови розробки нової аксіоепістемології**

Сучасна когнітивно-орієнтована лінгвістика спирається на антропоцентризм як основний її принцип, згідно з яким вивчення будь-яких мовних феноменів і явищ має здійснюватися у тісному зв'язку зі свідомістю і мисленням людини, її культурою, духовним і соціальним життям тощо, і, за словами Л.П. Дронової, виходить із припущення про те, що мовна структура не є довільною, вона мотивована будовою (устроєм) когнітивної структури, яка специфічно трансформується у природних мовах [Дронова 2012, с. 24].

У зв'язку з цим основне методологічне завдання сучасної лінгвоепістемології – це розробка ефективних методів для реконструкції механізмів трансформації когнітивних структур у мовні форми і зокрема тих структур людської свідомості, в яких збережені ціннісні константи етноспільнот та їхні національно-культурні домінанти, що відображають події і фактори, під впливом яких формувалися ціннісні картини світу/аксіоконцептосфери кожного народу, зокрема британського й українського. А оскільки синергетична структура аксіоконцептосфери є динамічним утворенням / мотиваційним континуумом, що змінюється залежно від подій, які відбуваються у світі, в окремій країні або навіть у житті окремого індивіда, то необхідним видається аналіз механізмів впливу цих подій на зміни ціннісної ЗНАЧИМОСТІ загалом.

Це означає, що методологічні принципи нової методології мають забезпечити об'єктивний аналіз зв'язків пізнавальних процесів людини (її

інтелекту й розуму) з їх мовною об'єктивацією і сприятимуть розкриттю механізмів цих зв'язків зі структурами представлення знань людини як результату процесу пізнання.

Безпосередньо лінгвоепістемологія у сфері лінгвокультурної концептології активно продовжує пошук тих інструментів, залучення яких до аналізу концептів дасть змогу наблизитися до вирішення, за словами С. Г. Воркачова, “кінцевої її мети – встановлення універсальної системи лінгвоконцептів через вивчення устрою національних концептосфер та їхнього подальшого зіставлення, – яка наразі ще й досі не досягнута” [Воркачев 2010, с. 24].

Найбільш проблемним питанням у цьому методологічному плані, на нашу думку, залишається, по-перше, розуміння поняття “національна концептосфера”, як і “концептосфера” загалом (див. про це: [Стефанова 2018]), і, по-друге, з огляду вже на їхнє витлумачення – розробка придатної для вивчення цих ментальних утворень універсальної методології, яка, переконані, не може базуватися на методах і методиках суто лінгвокультурології і лінгвоконцептології. Принагідно зазначимо, що апробовані дослідниками різних шкіл і напрямів (М. Ф. Алефіренко, А. П. Бабушкін, М. М. Болдирев, В. І. Карасик, В. В. Колесов, Г. Г. Слишкін, Г. В. Токарев та ін.) методики концептуального/концептологічного аналізу в численних їхніх варіаціях не тільки не забезпечили вичерпне розкриття онтологічної сутності досліджуваних концептів (хоча і сприяли, за спостереженнями С. Г. Воркачова, формулюванню узгодженого визначення концепту як складного (багатовимірного) ментального утворення з культурною специфікою, яке має своє ім'я (вираження в мові)), а й призвели подекуди, на його думку, до “кризового стану цього базового терміна лінгвоконцептології і лінгвокультурології, яким стали називати план змісту будь-якого вербального знака, що має хоча б якийсь натяк на культурну специфіку” [Воркачев 2010, с. 22].

Намагаючись розібратися, що ж призвело ці сучасні лінгвістичні напрями до кризової ситуації, С. Г. Воркачов аналізує їхні здобутки у плані типологічної таксономії, передовсім, лінгвокультурних концептів і наводить слушні думки з цього приводу В. І. Карасика, який пише, що “складні й багатовимірні семантичні утворення – лінгвокультурні концепти – не підлягають типологізації на основі якоїсь однієї класифікаційної ознаки, а тому побудова вичерпної і несуперечливої їхньої таксономії є дуже проблематичною” [Карасик 2009, с. 24]. А оскільки “лінгвоконцептологічний бум” численних праць так і не сприяв їхній систематизації, то, очевидно, що методологія цих досліджень певною мірою не виправдала себе і не виявилася цілком ефективною. Це наша суб’єктивна думка, яка певною мірою не позбавлена наведених тут, а також у роботах інших дослідників аргументів для такого попереднього підсумку.

Якщо припустити, що типологія лінгвокультурних концептів (або концептів лінгвокультури) і дотепер не укладена, то вочевидь проблемним залишається і питання щодо організації концептосфери будь-якої культури. У зв’язку з цим постає ще одна проблема – це розробка релевантних методологічних засад для виявлення співвідношення між такими поняттями, як “аксіоконцептосфера” і “національна концептосфера”, в яких побутують лінгвокультурні концепти і які є індикаторами загальнокультурних й етнічних констант, а також культурно-ціннісних домінант кожної етноспільноти.

Подібний погляд уже висловлювала у своїй статті “Концепты разных типов и пути их реконструкции” В. А. Маслова, яка, зокрема, вказувала на те, що у процесі аналізу концептів постає два принципові питання, які “складно вирішити у рамках сформованої парадигми сучасного концептуального підходу” [Маслова 2013, с. 163]. І перше питання, на її думку, стосується встановлення кількості концептів у складі концептосфери культури порівняно з тими лексемами, що їх іменують. В. А. Маслова спирається тут на твердження В. А. Виноградова, який, говорячи про “тріумф



концептуалістики” у сучасній науці, відзначав, що помітна експансія концептологічного аналізу на цілі тематичні розряди лексики призводить до неправомірного збільшення кількості концептів (бо концептом почали називати об’єднання класу слів однієї тематичної групи – *коментар наш Н.С.*). За його переконаннями, “не може концептосфера культури складатися з двохсот тисяч компонентів, бо концепт на відміну від лексеми є більш ємною одиницею” [цит. за пр. Маслова 2013, с. 163; Виноградов 2010, с. 6].

Як бачимо, і В. А. Виноградов, і В. А. Маслова наголошують на тому, що “таке безпідставне розширення сфери концептуалістики призводить до “розмивання” граней між концептологічним аналізом і власне лексикологією. У цьому разі концептологічний аналіз, розчинений у лексикології, втрачає значимість когнітивного підходу до реконструкції культурних смислів, оскільки він орієнтований безпосередньо на культуру, тимчасом як лексикологія – це сфера мови [там само]. Звичайно, погоджуємося з тим, що не кожна назва тематичного класу слів є концептом, проте, як нам здається, тут слід правильно підходити до аналізу різних типів значення слова (основного об’єкта вивчення в лексикології) як і загалом до розуміння значення слова (що викликало жваві дискусії навіть у середовищі представників лексичної семантики: Ю. Д. Апресян та ін.).

Натомість, якщо приймати погляд представників когнітивної семантики щодо витлумачення значення слова (Е. Рош та ін.), то їхнє обстоювання енциклопедичності сфери значення слова, його суб’єктивного характеру тощо не суперечить розумінню поняття смислу слова як його інваріанту, який включає різні семантичні ознаки слова. Згадаймо тут погляд О. О. Потебні про ближнє й дальнє значення слова. “Слово має два змісти, писав учений, – один – об’єктивний, який є етимологічним значенням слова, або його внутрішньою формою, що містить у собі лише одну ознаку; інший – суб’єктивний зміст, який включає безліч ознак. Перший є знаком, символом, який замінює другий” [Потебня 1874, с.114].

З огляду на таку нашу позицію не з усіма міркуваннями В. А. Маслової можна теж однозначно погодитися, зокрема з її позицією у тому, що “завдання встановлення складу концептосфери не може бути розв’язане шляхом аналізу від мовної форми до смислу і що для вирішення цієї проблеми слід виходити за межі мовної форми об’єктивації концепту у сферу світобачення, моментом якого і є концепт” [Маслова 2013, с. 163 – 164]. Звісно, це так, однак, як проникнути у сферу ментального без звернення до мовного вираження, зокрема без розуміння й усвідомлення значень мовних одиниць (лексичних, фразеологічних, паремійного фонду тощо), що складають багатовимірний план вираження і план змісту концепту. Такої ж думки дотримуються й інші лінгвісти (А. П. Бабушкін, А. Вежбицька, Г. Г. Слишкін та ін.), які припускали, що через значення лексичної одиниці (імені концепту та його репрезентантів), через організацію їхнього семного складу чи лексико-семантичних варіантів можна вийти на зміст концепту [Сурина 2010, с. 44].

Водночас, погоджуємося, що лише одиниць мовної системи недостатньо для об’єктивації концепту і що для цього потрібні експериментальні процедурні операції, залучення даних з інших сфер знання, насамперед, методологічні інструменти нейропсихолінгвістики (див. праці Т. Г. Чернігівської та ін.), дискурсивні практики (художні, релігійні, політичні тощо) реалізації концептів тощо, але при цьому переконані, що без виявлення первісної семантики слова – імені концепту – і його подальшого функціонування в дискурсивних сферах – реконструювати концепт як лінгвоментальну структуру неможливо, бо ментальний характер (смысловий) цього утворення складався багатьма його користувачами – представниками різних поколінь етносу, починаючи з давніх часів (див. про це: Черхава О. О.), і в історичному шарі концепту/етимологічному ядрі, за Ю. С. Степановим, якраз і збережені витoki культурних його смислів. На цьому теж акцентує увагу В. В. Колесов [Колесов 1999, с. 112], коли говорить про те, що лінгвокультурні концепти є конституантами етнічного менталітету,

сукупність яких утворює лінгвоконцептосферу. “Концепт, на його думку, – це “першосмисл, першобраз, архетип, константа” [Колесов 2000, с. 53], який утілений у слові через його змістові форми: образ, поняття, символ [там само, с. 56].

Виходячи з цих міркувань, вважаємо, що аналіз форми і значення імені концепту (як і його вербалізаторів/репрезентантів) на різних етапах розвитку мови (від прамовних станів до сучасного стану) – це перший методологічний етап/крок у реконструкції його смислів (зокрема “чистий смисл” концепту, тобто першосмисл/архетип можна визначити безпосередньо за реконструйованими в етимологічних джерелах прамовними станами (етимонами) його імені та найменувань-вербалізаторів). Другий і наступні етапи – це реконструкція смислів інших шарів концепту й обов’язково заданими мовних форм (див. докладніше: О. Є. Кібрик). Тільки у такий спосіб можна визначити онтогносеологічну сутність концепту (переконані, що передовсім, ціннісну його сутність, бо, якщо б певне мовне позначення не мало б ціннісного смислу для носія мови і культури, то навряд чи набуло б воно менталізації у колективній свідомості етносів) та його місце (зв’язки і відношення) в системі концептів на тлі інших концептів і, зрештою, в національній концептосфері.

Дискусійність і складність цього питання в методологічному плані поки що є перешкодою на шляху укладання універсальної типології концептів лінгвокультури (про що вище було зазначено). А оскільки питання щодо визначення складу концептів у концептосфері культури наразі не вирішене, то і порушене В. А. Масловою друге питання лінгвоконцептології, яке стосується виявлення меж можливої експлікації смислового змісту духовних концептів, теж потребує окремого обговорення. Як нам здається, це не друге питання, а одне із основних завдань першої проблеми і загалом дискусії, ідею якої ми розвиваємо в дисертаційній праці, – і це насамперед визначення співвідношення між такими поняттями, як “аксіоконцептосфера”

і “національна концептосфера”, бо вивчення концептосфери у плані її складу не є можливим без відповіді на ці окреслені питання.

Чому це питання в методологічному плані є принциповим? Частково вище було аргументовано наш погляд на онтологію концептів лінгвокультури. А це означає, що поки не вирішене буде питання методів виявлення взаємозв’язку між ціннісною і поняттєвою сторонами концепту, то навряд чи можна буде об’єктивно представити склад і організацію національної концептосфери. Певною мірою це відчуває і В. А. Маслова, коли говорить про необхідність розкриття смислового змісту саме духовних концептів і ставить це як окреме завдання у лінгвоконцептології.

Значну увагу приділяє обговоренню цього питання і С. Г. Воркачов в уже згаданій статті. Міркуючи над розробкою універсальної таксономії концептів лінгвокультури, учений обирає за основний методологічний принцип їхньої систематизації дихотомію “абстрактне/конкретне” і, посилаючись на думки Н. Д. Арутюнової, погоджується з нею у тому, що “за ступенем абстрагування виділяються лінгвокультурні концепти граничного рівня, що є аналогами світоглядних термінів [Арутюнова 1998, с. 617] або, на нашу думку, світоглядних аксіокатегорій, які С. Г. Воркачов ототожнює з “абелярівськими смислами”, що “виникають в душі мовця й спрямовані на душу слухача” [Абеляр 1995, с. 84] і які відповідають сучасним світоглядним універсаліям, що організують у цілісну систему сутнісні цінності культури. Це такі концепти, як СПРАВЕДЛИВІСТЬ, СВОБОДА, ІСТИНА, КРАСА, ДОЛЯ, ДУША, ЩАСТЯ, ЛЮБОВ тощо [Воркачов 2010]. Універсалії духовної культури є абстракціями вищого рівня, які не підлягають прямому спостереженню і для вербалізації яких активно використовується метафорика [там само]. Але при цьому, якщо за критерієм абстрактності С. Г. Воркачов намагається упорядкувати дійсно ціннісні концепти вищого порядку (духовні, соціальні тощо), то за його бінарним оператором – критерієм “конкретне” – наведені в одній групі як концепти одного але нижчого порядку на зразок рос. ВОДА, АВТОМОБІЛЬ, СЕРДЦЕ тощо, дають

підстави для сумнівів у його надійності. Концепти рос. ВОДА, СЕРДЦЕ та подібні утворення С.Г. Воркачов помилково об'єднує за цим критерієм в одну групу або в один тип з найменуваннями на зразок КОМП'ЮТЕР тощо, бо остання назва, на наше глибоке переконання, не може взагалі вважатися концептом, оскільки, постулюючи етноментальний характер концепту і виділяючи як обов'язковий у його структурі історичний шар, що формувався різними поколіннями представників певної культури, починаючи від носіїв ще первісної/міфологічної свідомості, подібні структури типу КОМП'ЮТЕР мають лише сучасну складову, поняттєва зона якої перебуває ще у стадії оформлення, як і ціннісно-образна. При цьому припускаємо, що лише сучасна концептуалізація цих предметних сфер відбувається спершу шляхом образно-ціннісного відображення уявлень про такі предмети життя у свідомості людини глобалізованого й гіперінформатизованого світу. А, можливо, поняттєвий шар цих нових концептуально-змістових і життєво необхідних для сучасної людини понять взагалі не сформується. Можливо, складеться лише ціннісне ставлення соціуму до подібних предметів у плані ІНТЕРЕСУ до них з боку людини – у даному разі користувача комп'ютером, його ЗНАЧИМОСТІ для забезпечення цього інтересу (тобто потреб), а також ПРІОРИТЕТНОСТІ на тлі інших ціннісних для людини явищ, речей, предметів тощо, а відтак, отримання гармонії/задоволення та користі від нього в її житті.

Таким є наш погляд на сучасні процеси концептуалізації предметів і явищ сучасного життя та механізми їх менталізації, де ядром концепту стає ціннісно-образна зона як осередок формування поняттєвої складової, яка подекуди розчиняється у першій.

Саме тому назрілим методологічним питанням у царині лінгвокультурної концептології залишається розробка нової епістемології – аксіозумовленої, яка передбачає, передовсім, реконструкцію ціннісних смислів концептів кожної лінгвокультури, які становлять її національну концептосферу, яка за своєю онтологічною сутністю і є

аксіоконцептосферою, в мотиваційному континуумі якої відбувається постійна калейдоскопічно-матрична взаємодія ціннісних концептів як загальнокультурних й етнічних констант і доміант етносів, так і продукування нових ціннісно-значимих для сучасних соціумів концептів.

## **2.2 Методологічний інструментарій зіставно-параметричної етносеміометрії цінностей**

У спеціально-науковому гносео-епістеміологічному смислі термін “метод” означає шлях пізнання й тлумачення явищ у тій чи іншій науці і, звісно, отримання за його допомогою нового знання (власне епістеміологічний результат). Кожному з методів відповідає своє центральне/ключове дослідницьке завдання (яке повинен бачити дослідник і правильно сформулювати), свій аспект досліджуваного наукою об'єкта, свої вимоги, яких має дотримуватися дослідник при застосуванні того чи іншого методу [Головин, с. 260].

Слідом за Б. М. Головіним, розрізняємо власне дослідницький метод, що визначає шлях наукового пізнання й експланаторності, та методику аналізу, яка безпосередньо передбачає роботу з емпіричним чи експериментальним матеріалом, його класифікацію тощо, а головне, його систематизацію, яка надає змогу отримати наукові й логічні висновки. Якщо метод – це шлях, що прокладається до істини, то методика – це інструменти, потрібні для прокладання цього шляху” [Головин, с. 261].

Найбільш ефективний методичний інструмент у новій аксіоепістемології (*термін наш – Н.С.*) становить параметрична етносеміометрія цінностей, які є, за словами Д. О. Леонтьєва, “інтегративною основою як для окремо взятого індивіда, так і для будь-якої малої чи великої соціальної групи, культури, нації та для людства загалом” [Леонтьєв 1996, с. 5].

А тому для розробки нової методології слід, перш за все, з'ясувати, якою є семантична структура слова *цінність* і науковий об'єм поняття “цінність” як філософсько-аксіологічної категорії.

Як уже йшлося в першому розділі дисертації, філософсько-аксіологічна традиція вивчення категоріального статусу цінностей сягає античних витоків його розробки, пов'язаних із осмисленням таких понять, як “Істина”, “Добро”, “Краса”, “Користь”. При цьому слід відзначити, що згадані чотири феномени набули категоріального статусу лише в добу Нового часу і зумовили необхідність окреслення наукового об'єму їх категоріального термінологічно-поняттєвого гіпероніму, яким є цінність.

У статті Д. О. Леонтьєва “Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции” зроблено спробу узагальнити розуміння цінностей як “атрибута цінного”, тобто як значимості чогось, перш за все, для індивіда. Саме такий синтезований контекст семантичної структури лексеми *цінність*, представлений як сукупність усіх лексикографічних значень слів *цінність* і *цінний*, виводить учений і обґрунтовує свої припущення на прикладах колокацій-словосполучень *цінний досвід*, *цінне надбання* тощо [2, с. 5-23].

Подібний погляд, але вже з приводу формування наукового об'єму категорії “цінність” знаходимо у працях Р. Перрі, який наголошує, що “цінністю в загальному смислі наділяються всі об'єкти, що становлять певний інтерес” [Perry 1950, p. 28]. Додамо при цьому, що, очевидно, тут йдеться про індивіда. Утім, різниця між першою думкою, яка стосується семантичної структури слова *цінність*, і другою, де пояснення надано для категорії “цінність”, полягає в тому, що узагальнена семантика слова *цінність* описує позначуване цим словом поняття в аспекті значимості для людини, тимчасом категоріальний статус – акцентує увагу на такій характеристиці, як інтерес до певних об'єктів з боку людини. Під *інтересом* дослідник розуміє різні форми зацікавленого ставлення суб'єкта до об'єкта [...]; інтерес – це “характеристика

афективного життя [...]; стан, акт [...], прихильне (або неприхильне) ставлення до чогось або до когось” [5, р. 115].

Для найбільш вичерпного розкриття наукового об’єму категорії “цінність” звернімося до робіт інших учених, які теж узагальнено виділяли таку вище згадану категоріальну ознаку/характеристику даного поняття, як ‘властивість самих об’єктів’, згідно з якою роль сприйняття індивідом цінностей зводиться до процесу концептуалізації. У такому разі категорія “цінність” визначається через семантичну структуру слова *цінність*, що лежить в основі імені концепту ЗНАЧИМІСТЬ.

Концептуалізація цінностей індивідом зумовила подальший глибший онтолого-гносеологічний їх розгляд як основоположної моделі відображення світу [Докучаев 2009, с. 20] у свідомості людини (ціннісна картина світу/аксіоконцептосфера – Н. С.), що, за словами І. І. Докучаєва, з одного боку, має тотальний характер, відповідно до якого кожне явище світу має своє ціннісне відображення, а з іншого, – породжувальний/генетичний характер: ціннісна модель лежить в основі всієї людської діяльності та її продуктів [там само, с. 61].

Концептуалізація категоріального статусу наукового об’єму поняття “цінність” дає підстави витлумачувати його як когнітивну структуру – модель А VALUE, що визначає всі орієнтири людської діяльності. А випадки знакопозначення / номінації чогось як “цінного” розглядати або узагальнено через реалізацію архісеми слова *цінність*, або на основі висвічування/актуалізації/профілізації інтегральних, диференційних чи потенційних сем. З цього випливає, що архісемою семантичної структури лексеми *цінність*, яка становить також основну категоріально-концептуальну ознаку поняття “цінність”, є така характеризувальна ознака: ‘деякий об’єкт або явище має ту чи іншу значимість’.

Когнітивна структура/модель (гіперконцепт) ЦІННІСТЬ складається з двох базових субмоделей: 1) ціннісної субмоделі як структури індивідуальної свідомості носія мови і 2) ціннісної субмоделі як структури колективної



суспільної свідомості. У другому випадку цінність є продуктом колективних уявлень етносу. Спираючись на таке тлумачення семантичної (на рівні слова) і когнітивної (на рівні категорії і концепту) структур поняття цінність, уточнімо, що розглядуваний феномен відображає вироблене соціумом на певному етапі його розвитку в певних історичних умовах уявлення про “ідеальний” стан речей у конкретній сфері людської діяльності.

Оскільки для методологічного вивчення цієї проблематики обрано *лінгвоетносеміотричний підхід*, то, в першу чергу, вимірювання ступеня відображення уявлень про цінності в індивідуальній і колективній свідомості представників конкретного соціуму буде зосереджено на параметризації цінностей як соціальних категорій, які тісно пов’язані із поняттям соціальної норми. І якщо в категоріально-концептуальному вимірі поняття “цінність” йшлося про сприйняття соціумом ідеального стану речей, то саме тут формується уявлення про норму як про соціальний орієнтир, який визначає “правильний / не-правильний / спотворений стан речей” у певній сфері людської діяльності [Молодыченко 2015, с. 92].

Таким чином, у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери категорія норми як когнітивна “модель соціально-легітимної поведінки” [Докучаев 2009, с. 65] буде розташована в ядрі, оскільки соціальні норми, насамперед, орієнтуються на істину і користь (див. таксономію цінностей в античних філософів – Розділ I дис.), тобто враховують те, що об’єктивно є корисним, беручи до уваги знання, тобто, що є реально корисним. Що стосується користі цінностей, то тут відбувається вже перетин біологічних, соціальних та індивідуальних потреб людини, адже йдеться про їхню користь як безпосередньо для людини, так і в цілому для суспільства.

У порядку значимості цінностей для людини й соціуму вони будуть віддалятися від ядра мотиваційного континууму.

Припускаємо, що ближче до ядра в цій ієрархії розташовуватимуться норми, що відображають поняття “мораль” (категоризовані й концептуалізовані як Добро). Перехідність / нечіткість меж ціннісних

категорій мотиваційного континууму пояснюємо, слідом за І. І. Докучаєвим, такими факторами. З одного боку, для конкретного суб'єкта норма, осмислена в якийсь момент його життя й обрана як модель діяльності, інтегрується вже в особистісні структури і стає цінністю [Докучаєв 2009, с. 65], а з іншого, – для різних індивідів різні соціальні уявлення матимуть різний категоріальний статус: для когось – це норми, для когось – цінність, а для когось взагалі вони нічого не значать (і будуть визначатися в категоріально-ціннісному домені ORDER як нульова значимість).

Повертаючись до основної категоріальної ознаки поняття цінності як ‘значимості чого-небудь, насамперед, для індивіда’ (Д. О. Леонтьєв), однак при цьому визнаючи ядерну позицію в мотиваційній аксіоконцептосфері соціологічного статусу цінностей, слід з’ясувати відображення останнього не в колективній, а в індивідуальній свідомості людини. У зв’язку з цим апелюємо до роботи Д. О. Леонтьєва “Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности”, де автор розмежовує два види психологічних структур: 1) особистісні смисли й 2) особистісні цінності. Під першим поняттям він розуміє суб'єктивне сприйняття будь-якого об'єкта в життєвих відношеннях суб'єкта зі світом. Тут ідеться про те, що об'єкти й явища навколишнього світу постають перед індивідом крізь призму його особистісних смислів в порядку їх значимості для його успішної життєдіяльності [Леонтьєв 2003]. Саме індивідуальний смисл зумовлює значимість чого-небудь для суб'єкта (наприклад, досягнення певних цілей).

Однак, цінності також мають смисл, проте це поняття не одного порядку. Цінність, як уважає Д. О. Леонтьєв, порівняно з особистісним смислом (що є мінливим і динамічним) є утворенням більш узагальненого порядку, що має позаситуативний і стійкий характер. При цьому слід зауважити, що в аксіології філософи також виділяють цінності першого, другого тощо порядку в плані їх значимості і для суспільства і, звичайно ж, для індивіда. Натомість, варто погодитися із психологом у тому, що особистісні цінності як індивідуальна психологічна структура (когнітивна

структура свідомості індивіда – Н. С.) відображають, звичайно ж, позаситуативний характер суспільних цінностей, зокрема, коли певна цінність виявляється стійкою і непохитною в різних життєвих ситуаціях [Леонтьєв 2003].

І ще один важливий фактор, що мотивує визначення категорії “цінність”, – це потреба. З приводу співвідношення понять “цінність” і “потреба”, то у філософії й у психології продовжують точитися суперечливі дискусії. Наводяться навіть аргументи на користь диференціації цих понять (див. [Молодыченко 2015, с. 93] з покликанням на позиції учених, які згадані в дослідженнях Д. О. Леонтьєва [Леонтьєв 2003, с. 226-232]).

Висловлюємо свої міркування з цього приводу і зазначаємо, що попереднє вивчення категоріального статусу цінностей дає підстави говорити про наявність мотиваційних відношень між двома категоріями, зокрема слід, насамперед, розглядати біологічні, соціальні й індивідуальні потреби як мотивацію цінностей, яка відображає/зумовлює ієрархію цих потреб.

Відтак, категорію “цінність” розглядаємо як семантико-когнітивну мотиваційну структуру, в якій мотиватором є біологічні, соціальні й індивідуальні потреби, що становлять INTEREST і зумовлюють їх значимість (MEANING) як для суспільства в цілому, так і для кожного його індивіда залежно від їх місця/ролі (порядку / ORDER) в життєдіяльності кожної лінгвокультури й окремої особистості з урахуванням їх сприятливості / несприятливості (тобто користі у розумінні RESULT) для соціуму і для людини. Такий набір характеристик визначає категоріальний статус цінностей, закладений свого часу ще античними мислителями у зміст понять понять “Істина”, “Добро”, “Краса”, “Користь”. При цьому двома основними формами побутування/екзистенції цінностей є індивідуальні особистісні цінності й суспільні ідеали (колективні уявлення), що мають надіндивідуальний характер. Фіксацією ціннісних моделей є ціннісні концепти та їхні вербалізатори – мовні одиниці (різних рівнів) з оцінною семантикою. Для вимірювання ступеня відображення уявлень про цю

семантико-когнітивну мотиваційну структуру у свідомості носіїв англійської і української мов найбільш ефективними є такі операційні процедури, як 1) психо- і соціолінгвістичні експерименти, яким має передувати застосування технік димензійального методу В. Франкла, процедури, методики когнітивно-ономасіологічної реконструкції ціннісних концептів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфері і прийоми зіставно-параметричного методу.

2.2.1 Димензійальний метод В. Франкла як інструмент для тріортогонального виміру цінностей. Найважливішою умовою існування як внутрішнього соціального світу, так і світу міжнародного Д. О. Леонт'єв, спираючись на твердження П. Сорокіна, убачав у цілісній і стійкій системі цінностей та їхній узгодженості і погоджувався з ученим у тому, що “коли їхня єдність, засвоєння й гармонія слабшають [...], то збільшуються ризики для різноманітних конфліктів [Сорокин 1994, с. 491], навіть військово-політичних. Руйнація ціннісної основи, пише Д. О. Леонт'єв, неминуче веде до кризи, і це стосується як особистості, так і суспільства, вихід з якої можливий лише на шляху набуття нових цінностей [Леонт'єв 1996].

В Україні за часів тоталітарної ідеології, яка передбачала наявність у всього населення однакової системи цінностей і досить успішно формувала ці цінності через імперську систему ідейного виховання і пропаганди, наразі формуються нові ціннісно-світоглядні орієнтири, які, сподіваємося, з часом подолають кризу моральності та правосвідомості, соціальної нестабільності тощо. Що стосується ціннісних систем британців, то маємо сказати, що в їхній культурі теж спостерігаються значні трансформації, які пов'язані, насамперед, з ситуацією виходу зі складу Європейського Союзу, з процесами міграції, складними відношеннями з Російською Федерацією тощо.

З огляду на такі тенденції у трансформації ціннісних систем двох лінгвокультур, вважаємо методологічно доцільним, у першу чергу, як

справедливо пропонує Д. Лі, розпочати вимірювання цінностей (system of values) британської і української етнокультур, які є основою для індивідуального вибору ціннісних суджень їхніх представників і цінністю загалом (value) як відчуттям ЗНАЧИМОСТІ певної ситуації і власних дій, тобто тих чи інших учинків ... [Lee 1986, p. 5].

З цією метою найбільш ефективним, на думку Д. О. Леонтьєва, є *дименціональний метод В. Франкла*, спрямований на розкриття відношень між різними гранями або аспектами людського буття – екзистенції [Леонтьев 1996, Längle 1993].

В. Франкл у своїй фундаментальній праці “Воля к смислу” витлумачує сутність цього підходу, а сам метод називає онтоаналізом, який, на відміну від багатьох методів і методик психологічних концепцій, зорієнтованих на поділ фізичного і психічного, передбачає ноетичне (J. Fabry) вимірювання людини (людської суті), відповідно до якого постулюється, що основною рушійною силою людини є прагнення до смислу, пошук якого ґрунтується на трьох категоріях цінностей: ІСТИНИ (творення), ДОБРА / краси (почуттів як хвилювань, різноманітних переживань) та КОРИСТІ (особистісних життєвих настанов) [Франкл 2000].

У своїй методологічній моделі, за спостереженнями О. Б. Орлова і В. Б. Шумського, В. Франкл представляє людину як єдність трьох ортогональних вимірів: соматичного (здоров'я), психічного (задоволення) і ноетичного (смислу) [Орлов, Шумский 2005, с. 67]. “Такі виміри і проєкції, на думку В. Франкла, дають змогу одночасно говорити, з одного боку, про цілісність і єдність людини, а з іншого, – про відмінності між тілесними, психічними й ноетичними процесами” [Франкл 2000, с. 132].

Тріортогональні виміри людини (тобто дименціональний методологічний підхід В. Франкла [Frankl 1987]) цілком пояснюють і аргументують наше теоретичне припущення щодо організації мотиваційного континууму аксіоконцептосфери етносу, аналіз якої має відбуватися у проєкції трьох категорій цінностей: 1) біологічних, 2) соціальних та 3)

індивідуальних (потреб), які співвідносяться з поглядом на людину в єдності соматичного (здоров'я), психічного (задоволення) і ноетичного (смыслу) вимірів.

Слідом за О. Б. Орловим і В. Б. Шумським, прокоментуємо нашу методологічну позицію, згідно з якою з соматичним виміром пов'язуємо все матеріальне в людині (її матеріальні цінності). Як фізичний/фізіологічний феномен, людина прагне до підтримки здоров'я свого тіла, яке регулюється біологічними потребами в їжі, питті, сні тощо. Як для психічної сутності, для людини важливими є відчуття вітальної (життєвої) сили, отримання задоволення і відсутність напруження. Психічний вимір виражається у психодинамічних потягах, настроях, емоціях, афектах, які не підпорядковуються вільному волевиявленню людини. Ноетичний вимір людина переживає як внутрішню духовну силу й одночасно як джерело мотивації – прагнення/потреби до смыслу [Орлов, Шумский 2005, с. 68].

Погоджуємося з О. Б. Орловим і В. Б. Шумським у тому, що ці три виміри людини тісно взаємопов'язані, водночас кожен із них є відносно самостійним, який може розвивати різноспрямовану мотиваційну динаміку, наприклад, те, що приносить задоволення, може сприйматися як естетично неприпустиме тощо [там само, с. 68]. Але лише в єдності цих трьох вимірів можна реконструювати мотиваційний континуум аксіоконцептосфер етносів, який сформований на базі чотирьох фундаментальних екзистенціальних мотивацій людини: 1) мотивація до адаптації фактичних умов буття-у-світі; 2) мотивація до переживання цінностей і сприйняття власного життя як цінності; 3) мотивація до автономного та аутентичного буття; 4) мотивація до дій, що мають смисл [там само, с. 68].

Саме такий методологічний поворот у вивченні організації національних аксіоконцептосфер етносів сприятиме виявленню сучасного стану ціннісних домінант у кожному соціумі, а відтак, і упорядкуванню / систематизації ціннісних концептів в їх мотиваційних континуумах,

визначенню аргументованих критеріїв для уточнення структури цих ментальних утворень та подальшому укладанню їхньої типології.

2.2.2 Когнітивний механізм профілювання доменів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери. В останніх працях із лінгвоаксіології [Севастьянова 2018] робилися спроби проаналізувати зміну ієрархії семантичного наповнення ціннісних концептів на матеріалі американського політичного дискурсу під впливом такої події, як світова економічна криза порівняно з системою цінностей в економічно благополучній для цієї країни період [Севастьянова 2018, с. 99], у результаті яких було підтверджено припущення про те, що ціннісні концепти як синергетично організована єдність, яку називають ціннісною системою, є рухливими і можуть змінювати свою значимість для людства, соціуму, індивіда тощо і займати вже інше місце в ціннісній синергетично-холістичній ієрархії [Межуев 2006; Леонтьев 1996; Stolovich 1988 та ін.].

У цьому випадку окремі фрагменти ціннісної картини світу/аксіоконцептосфери зазнають змін, і вся система теж підлягає трансформаціям. Такої ж думки дотримується і М.Ф. Алефіренко, який пише про те, що цінності рухливі, які можуть переходити з одного рівня на інший, скажімо, підносячись від індивідуально-особистісних до загальнолюдських [Алефіренко 2013, с 14]. Особистісні події можуть впливати на особисту систему цінностей, тоді як соціальні події, як правило, впливають і на особистісну, і на суспільний фрагмент ціннісної картини світу. Крім того, один і той же ціннісний концепт легко трансформується з особистісного в соціальний, і навпаки [там само].

Середовище формування цінностей є тим мотиваційним континуумом, в якому продукуються ціннісно-оцінні концепти як загальнокультурні константи і національно-етнічні доміанти. У кожному соціумі сконструйовано власну аксіоконцептосферу з відповідною шкалою оцінок, що відображають як ціннісні орієнтири цілого етносу, так і окремих його

індивідів, зумовлюючи їх мовні варіації. Це означає, що ціннісно-оцінна система людини має національно-специфічний характер, оскільки формується за допомогою мови, яка кодує і транслює досвід і знання, накопичені кожним суспільством, новим поколінням та їх представникам.

Процес ціннісно-оцінної концептуалізації світу, результатом якого є ціннісно-оцінні концепти, є складним за своєю природою і передбачає застосування спеціальних процедур для його реконструкції з позицій когнітивної ономаціології.

При цьому зазначимо, що наразі дискусія у цій площині є далекою від свого завершення (С. Г. Воркачов, В. І. Карасик та ін.), оскільки запропоновані й апробовані численні методики аналізу концептів так і не наблизили лінгвоконцептологів до остаточного розв'язання цієї методологічної проблеми. Свого часу В. Б. Касевич, не заперечуючи вагомий внесок когнітивістів у сферу семантики, скептично заявляв про те, що вони не мають ані свого предмета дослідження, ані ... свого методу.

Як не прикро, але слід частково погодитися з таким категоричним твердженням, бо традиційно застосований у більшості лінгвоконцептологічних праць “концептуальний аналіз” звузив розуміння такої складної структури знання, як концепт, і навіть комплекс різних методів, залучених до його аналізу, не сприяв розкриттю онтології конкретних концептів, адже, як правило, був зорієнтований на фрагментарну інтерпретацію компонентів/складників/зон концепту (поняттевої, образної, ціннісної або ядерно-периферійної тощо) на базі лексикографічних та інших джерел, а також репрезентації форм і значень імен концепту та його вербалізаторів у текстах або дискурсах. Водночас, визнаємо, що цей попередний методологічний шлях був науково доцільним, але недостатнім, оскільки він не надав відповідь на ключове питання, яку роль у ціннісному світогляді етносу загалом та його окремого представника (яке місце він посідає в національній/аксіо- концептосфері на тлі інших лінгвокультурних



концептів) виконує лінгвокультурний концепт як ментальна пізнавальна структура, збережена у свідомості носіїв певної мови.

І хоча наявні й альтернативні скептичному погляду В. Б. Касевича думки з приводу власного методу лінгвокогнітивістики, зокрема О. С. Кубрякової, яка обґрунтовано доводила тезу про те, що когнітивна лінгвістика опрацювала свій метод, який передбачає “постійне співвіднесення мовних даних із іншими сенсомоторними даними на широкому культурологічному, соціологічному, біологічному, а особливо, психологічному тлі”, і що “метод когнітивної науки полягає передусім у спробі поєднати дані різних наук, гармонізувати ці дані й знайти доцільність в їх кореляціях та співвідношеннях” [Кубрякова 1992, с. 34], але ці заяви більшою мірою залишилися поки що на рівні декларацій.

Звісно, що О.С. Кубрякова абсолютно правильно заявляє і її позиція цілком узгоджується з нашими попередньо висловленими спостереженнями щодо недостатності здебільшого лексикографії (навіть різних типів) і фрагментів текстів для реконструкції ментального характеру концепту, результати якої мали б підтвердити гіпотезу про те, що мовна здатність людини є частиною її когнітивної здатності.

Для аргументації такої думки наведемо слушні слова О. Є. Кібрика, який наголошує на тому, що в основі сучасного когнітивного підходу до мови лежить ідея цілеспрямованої реконструкції когнітивних структур за даними зовнішньої мовної форми. Реконструкція спирається на постулат про вихідну когнітивну мотивованість мовної форми. Саме ступінь мотивованості мовної форми, на думку ученого, відображає, яка когнітивна структура криється за нею. Але при цьому О.Є. Кібрик пояснює, що цей постулат не означає, що це відображення є елементарним одно-однозначним відношенням. Когнітивну сутність мови наївно шукати у свідченнях буквальних збігів когнітивного і мовного членування (категоризації і концептуалізації) явищ навколишнього світу. Якби це було так, далі пише дослідник, то всі мови були б структурно ідентичними. Насправді ж,

спостерігається нескінченне різноманіття мовних структур, яке не є хаотичним, а підпорядкованим досить жорсткій семіотичній логіці, що обмежує варіювання мовної форми і встановлює зв'язки між мовними формами і когнітивними структурами. Виявлення й аналіз цієї логіки є основною метою лінгвістичної реконструкції [Кибрик 2008].

Переконані, що саме такий метод реконструкції концепту (слідом за А. В. Корольовою, називаємо його методом когнітивно-ономасіологічної реконструкції) як когнітивно-мовної мотивованої структури сприятиме розкриттю онтології лінгвокультурних концептів та їхньому впорядкуванню у національній концептосфері, за словами С.А. Жаботинської, не як ізольованих, атомарних утворень, а в контексті структур фонового знання [Жаботинская 2009, с. 255].

Найзагальнішим терміном для позначення таких структур є домен [Clausner 1999, р. 2], який Р. Ленекер визначає як когнітивну сутність, ментальний досвід, репрезентований простір або концептуальний комплекс і загалом як контекст для характеристики семантики мовної одиниці [Langacker 1987, р. 147]. У своїх пізніших працях учений витлумачує домен як сферу досвіду [Langacker 2008, р. 44], тобто те, що М. М. Болдирев назвав когнітивним контекстом [Болдирев 2001].

Р. Ленекер, даючи визначення базовим і небазовим доменам, розвиває ідею рівнів концептуальної організації, за якою концепт надає потенціал для існування більш специфічних концептів, які своєю чергою уворюють домени, де утворюються нові концепти, і так до безкінечності, що створює величезну кількість ієрархій [Langacker 2008, р. 45]. Різномірівневі домени організують кожну національну концептосферу, де “домен” є у цьому ієрархічному мотиваційному континуумі інформаційним вузлом, “парцела” – вузол в межах домену, а власне “концепт” – конститuant парцели. На кожному рівні існує своя концептуальна структура, що може бути представлена у вигляді матриці [Жаботинская 2009, с. 256].

Реконструкція домену заснована на когнітивному механізмі профілювання (R. W. Langacker, E. Sweetser, L. Talmy), який у ціннісному концепті випромінює/висвічує фігуру, тобто розкриває оцінну характеристику або декілька його характеристик, і фон – усі концептуальні характеристики позначеного цим концептом об'єкта, на базі яких і профілюється окремий оцінний елемент, а решта – не є суттєвими для оцінки, яка в цьому плані визначає ставлення (позитивне / негативне, нейтральне, амбівалентне) суб'єкта до будь-якого об'єкта або явища на тлі його стереотипного ціннісного знання.

Оскільки домен є інформаційним вузлом, то його ми витлумачуємо як знак складної природи, тобто макрознак з кількома інтерпретантами різнопланової інформації домену. Так, наприклад, розглядаючи ціннісний домен INTEREST, скористаємося результатом С. О. Шишкіної, яка у концептуальній ієрархії поняття “інтерес” виділила ті онтологічні параметри, які, на нашу думку, є системними когнітивно-семіотичними його характеристиками, серед яких: 1) інтенціональність, 2) емоційність, 3) оцінність [Шишкіна 2007, с. 11], кожна з яких містить власну інформацію. З огляду на таку інформаційну різнопланову сутність домена INTEREST, розглядаємо його як макрознак, який утворюють знаки трьох сфер, що встановлюють зв'язки між мовними формами і когнітивними структурами кожної сфери і є їхніми парцелями і концептами. Зокрема парцелями домену INTEREST є знаки інтенціональної сфери – *motivation, attention, enthusiasm*; емоційної – *diversion, annoying interest (being nosy)* та оцінної – *news, newsworthiness, topicality, concern, wanting to know or learn, strangeness*, конституантами яких є відповідні концепти зі складними перехресними зв'язками як між собою, так і з концептами інших ціннісних доменів.

Це дає підстави говорити про те, ще концепт як інтерпретаційна когнітивно-мотиваційна структура випромінює свої смисли, у даному разі ціннісні у когнітивному контексті домену, тобто сукупності фонових знань, стаючи необхідною передумовою для оформлення змісту мовного знака у

процесі комунікації та подальшої найбільш адекватної його інтерпретації. Актуалізований у свідомості носія мови концепт, може профілюватися на базі як одного ціннісного домену, так і матриці ціннісних доменів – різнорівневих компонентів аксіоконцептосфери.

2.2.3 Когнітивний механізм взаємодії концептуально-інтеграційних мереж доменів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери. Другий когнітивний механізм – концептуальна інтеграція у ціннісному концепті – ґрунтується на вияві логічної подібності об'єкта оцінного порівняння з іншим явищем за певною ознакою. Тут основними елементами концептуального оцінного порівняння є об'єкт, мотив і когнітивна база. Безпосереднє формування оцінки відбувається на основі механізму встановлення аналогій у ознак, наявних в об'єктах порівняння.

Розглянемо це докладніше.

Теорія концептуальної інтеграції (Ж. Фоконьє і М. Тернер) залишається центральною в сучасних когнітивно-орієнтованих лінгвістичних студіях, набуваючи поглибленої інтерпретації на новому мовному матеріалі. Виконані в її руслі наукові дослідження (Н.Н. Гончарова, С.А. Жаботинська, О.К. Ірисханова, О.С. Кубрякова та ін.) показали, що процес поєднання/злиття ментальних просторів (*mental spaces*) є універсальною операцією когнітивного рівня [див. про це докладніше: Ірисханова 2001], характерною для людської свідомості загалом. Відповідно, ця процедура відображає не безпосередньо точний семантичний прогноз, а загальний принцип продуктивного творчого мислення носія мови.

Під ментальними просторами автори цієї теорії розуміють “концептуальні утворення, що складаються з певних елементів і відношень між ними ... і мають структуру когнітивних моделей (фреймів, образ-схем тощо)” [Fauconnier, Turner 2002, p. 104].

Кожна когнітивна модель становить як один із чотирьох типів інтеграційних мереж, що відображає принцип їхньої організації [там само], так і різні конфігурації.

Перший тип – це прості мережі (simplex networks), в яких один вихідний простір становить фрейм, а другий – елементи для заповнення його слотів. Якщо мотиваційний континуум аксіоконцептосфери розглядати як складну матрицю концептуально-інтеграційних мереж категоріально-ціннісних доменів, ядреними з яких є: 1) INTEREST (біологічні, соціальні й індивідуальні потреби людини), 2) MEANING (їх важливість, значення для людини), 3) ORDER (першочерговість їх значення й упорядкування: доміанти першого, другого, третього порядку для кожної лінгвокультури й окремої особистості), 4) RESULT (їх сприятливість/несприятливість для соціуму й людини) і які співвідносні з філософськими загальнолюдськими ціннісними категоріями, то вважаємо за доцільне розглянути його на рівні фреймової організації. При цьому спираємось на розуміння фрейму Ч. Філмором, який під ним розуміє систему концептів, які пов'язані так, що для усвідомлення будь-якого з них слід бачити цілу структуру, частиною якої він є [Fillmore 1982, с. 111].

Тимчасом, надаючи визначення базовим і небазовим доменам, Р. Ленекер розвиває ідею рівнів концептуальної організації, за якою концепт є потенціалом для продукування більш специфічних концептів, що, у свою чергу, утворюють домени, де з'являються нові концепти, і так до безкінечності, що продукує величезну кількість ієрархій [Langacker 2008, р. 45].

Наприклад, фрейм MEANING у відношенні до цінностей буде заповнений слотами зі сфери біологічних (SECURITY та ін.), соціальних (POWER та ін.) й індивідуальних (SELF-DIRECTION та ін.) потреб людини.

Припускаємо, що вихідний ментальний простір утворює фрейм MEANING, а другий ментальний простір – три гіперконцепти SECURITY, POWER, SELF-DIRECTION з їх концептами і вербалізаторами. Розглядаючи

SECURITY у плані “прагнення людини підтримувати своє буття (зокрема через біологічну потребу в безпеці)” і безпосереднього зв’язку з POWER, утворюємо бленд, в якому структура фрейму MEANING інтегрується з двома елементами другого ментального простору SECURITY і POWER. І далі цю ж операцію можна повторювати в конфігурації між самим фреймом і слотами, що його наповнюють. Це механізми взаємодії вихідних ментальних просторів простої мережі на основі відношень когнітивної моделі ФРЕЙМ – ЗМІСТ СЛОТІВ, а у бленд проектується релевантна частина фрейму одного вихідного ментального простору й елементи другого вихідного ментального простору, що мають концептуальний зміст для заповнення його слотів.

Другий тип – це дзеркальні мережі (mirror networks), в яких усі ментальні простори – вихідні, родовий простір і бленд структуруються одним смислоутворювальним (мотиваційним) фреймом INTEREST, а тому вони здебільшого відображають один одного, хоча бленд, як правило, має більш складну структуру. Так, фрейм INTEREST, що є мотиваційним центром для визначення цінностей ускладнюється у бленді до фрейму з трьома траекторами: БІОЛОГІЧНІ, СОЦІАЛЬНІ Й ІНДИВІДУАЛЬНІ ЦІННІСНІ ІНТЕРЕСИ. У дзеркальних мережах фрейм-мотиватор вихідних просторів надає родовому ментальному простору топологію і набір відношень і зв’язків між його елементами, які у процесі утворення бленду можуть ускладнюватися.

Третій тип – односторонні мережі (single-scope networks), які мають два вихідні простори з різними мотиваційними фреймами, один із яких проектується для утворення бленду, тобто має асиметричне проектування. Зразком таких мереж є прототипні метафори, що відображають соціокультурні установки й ціннісні орієнтири етносів в їх колективній свідомості на кожному етапі розвитку соціумів [Лапшина 1998, с. 94]. Відповідно, що ціннісні прототипні метафори фрейму ORDER для кожної лінгвокультури й окремої особистості на різних етапах будуть мати різні моделі. І залежно від сфери джерела – вихідного простору ORDER,

наприклад, сфера STABILITY (першочерговість значення цієї цінності для соціуму і для окремого його члена) – обирається другий вихідний простір, що перебуває у фокусі уваги, тобто мішень/ціль, наприклад, HEDONISM. Як результат, утворюється бленд, наприклад, прототипної метафори STABILITY – HEDONISM.

У даному разі має місце концептуальне зіткнення (conceptual clash) у зв'язку з тим, що вихідні простори мають різні фрейми. Тут компресія відношень сфери джерела накладається на сферу-мішень і складається враження, що одне поняття розкриває розуміння другого, але при цьому між ними зберігається сильна асиметрія. І ця асиметрія буде виявлятися навіть при однаковій метафоричній моделі, але в різних її варіантах для окремого індивіда.

Четвертий тип – двосторонні мережі (double-scope networks), які є характерними для вихідних просторів із різними (часто протилежними) мотиваційними фреймами і блендами і які формують власну структуру, що може включати окремі частини фреймів вихідних просторів.

У випадку мотиваційного континууму аксіоконцептосфери, то ці мережі відображають відношення і зв'язки між тими ціннісними концептами у складі фреймів категоріально-ціннісних доменів, які інтегровані з інших предметних та абстрактних сфер, набувши ціннісного значення і, головне, бінарного характеру, який надає змогу шляхом оцінної параметризації здійснювати семіометричну діагностику шкалування в цих концептах та їх вербалізаторах негативного / позитивного операторів для конкретної етнокультури та окремого її представника.

Це мережі з високою асиметрією, і хоча бленд отримує проекції топології мотиваційних фреймів із вихідних просторів, тим не менше він є розширенням мотиваційного фрейму лише одного простору.

При цьому погоджуємося з думкою авторів теорії концептуальної інтеграції у тому, що, на перший погляд, наведені чотири типи інтеграційних мереж здаються різними, проте при уважному їхньому ретельному аналізові

вони є механізмами одного безперервного континууму (у даному разі мотиваційного континууму аксіоконцептосфери культури), між якими простежується високий ступінь наслідування [Fausonnier Turner 2002, p. 139] і складних перехресних зв'язків і взаємовідношень, які мають когнітивно-матричний формат.

Збереження у свідомості носія кожної мови універсальних ціннісних концептів зумовлює формування оцінного значення у його вербалізаторів у процесі взаємодії з іншими концептами і стимулює виникнення нових його концептуальних ознак, або смислів. Концептуальна інтеграція відбувається у 3 стадії: на першій стадії – *композиції* – зміст одного із ціннісних концептуальних просторів проектується в іншому просторі, елементи яких об'єднуються в бленді (новому смислі); на другій стадії – *завершення* – інтегрований простір поповнюється фоновими знаннями, когнітивними та культурними моделями; на третій стадії – *розвитку* – новоутворений бленд підлягає подальшій мисленнєвій модерації.

Як бачимо, кодування ціннісно-оцінних концептів відбувається за допомогою когнітивних механізмів, які, відображаючи особливості роботи свідомості людини, беруть участь у процесах аналізу, структурування та оцінної концептуалізації дійсності.

В етносеміотричному дослідженні аксіоконцептосфер важливим є аналіз когнітивних механізмів кодування ціннісно-оцінних концептів у свідомості носіїв англійської та української мов, що потребує залучення психолінгвістичних і соціолінгвістичних експериментів. Такий підхід сприятиме виявленню спільних і відмінних мотиваційних установок у формуванні аксіоконцептосфер британців і українців.

### **2.3 Психо- і соціолінгвістичний інструментарій для реконструкції когнітивного механізму інференції аксіоконцептів**

Переходячи до висвітлення питання, пов'язаного із пошуками придатних інструментів для розкриття когнітивного механізму асоціацій (або



інференції) людини, зазначимо, що вони якраз і складають власне методологію сучасного антропозорієнтованого мовознавства (Ю.Д. Апресян, Л.М. Васильєв, О.І. Горошко, О.Ф. Загородня, О.О. Залевська, Є.А. Карпіловська, Т.Є. Недашківська, Й.А. Стернін, Ю.С. Степанов, Р.М. Фрумкіна та ін.), яка продовжує вдосконалюватися за рахунок залучення до свого арсеналу, насамперед, психолінгвістичних експериментальних методів і методик, що наразі вважаються найбільш надійним і ефективним способом для вивчення мовної свідомості (О. М. Холод).

Припускають (М. Г. Ярошевський), що “сфера уявлення (за аристотелівською термінологією – сфера фантазії) була відкрита як об’єкт наукового дослідження ще Аристотелем. Якщо до нього в пізнавальному процесі розрізнялися дві форми: відчуття і мислення, то Аристотель показав, що цими формами не вичерпується робота пізнавального (когнітивного) механізму. Важлива роль у ньому належить уявленню/асоціаціям. Аристотель не тільки виділив таку когнітивну здатність людини, як уявлення об’єктів, що становить специфічний рівень пізнавальної її активності, а й сформулював гіпотезу про те, що уявлення відбуваються за певними правилами/механізмами, названими уже сучасною наукою законами асоціації, а в когнітивній лінгвістиці – когнітивними механізмами (механізми зв’язків уявлень за суміжністю, подібністю (метафоричні і метонімічні) і контрастом (бінарні)). Тому стає очевидним, що засновником однієї з найпотужніших психологічних теорій – когнітивно-асоціативної – є Аристотель [Ярошевський, с. 68-69].

І тут доречно згадати думку Ю. М. Караулова, який переконаний у тому, що “пізнати мову [...], не звернувшись до людини, конкретної мовної особистості – її творця і носія цінностей, не є можливим” [Караулов с. 7]. І, безумовно, що для такого пізнання потрібні спеціальні методи, процедури й інструменти.

Кожна суспільна епоха має свою специфіку, яка визначається шляхом аналізу ключових ідей і понять суспільства і будує свою аксіологічну шкалу

на основі попередніх інформаційних знань колективної свідомості. У цьому плані кожна епоха має свій світогляд, межі якого, за словами Ю.М. Лотмана, позначені точками біфуркації (див. ключові положення синергетики), що дають імпульси для непередбачуваних змін [Лотман 1996, с. 341]. В основі формування ціннісно-світоглядних орієнтирів кожного етносу, згодом відображених у шарах ціннісно-оцінних концептів, лежить *третій когнітивний механізм інференції* (А.А. Залевська, О.С. Кубрякова, Дж. Лакофф, О. В. Суворова, М. Тернер, Ж. Фоконьє та ін.), що ґрунтується на мисленнєвих операціях носія мови продукувати нереалізовані логічні зв'язки в оцінці явищ, предметів подій тощо, які ще не дістали мовно-оцінної об'єктивації. Спираючись на власні фонові знання, людина здатна робити висновки, в тому числі й оцінного характеру, про спостережуване явище на основі тих асоціацій, що виникають в її свідомості і які можна розкрити шляхом проведення різних емпіричних спостережень і експериментів із носіями конкретної мови.

2.3.1 Емпіричне спостереження як основний інструмент психолінгвістичного методу. Методологічною передумовою будь-якого психолінгвістичного (експериментального) дослідження є спостереження за об'єктом аналізу. І, залежно від дослідницьких завдань, О.М. Леонтьєв розрізняє три основні види такого спостереження: 1) цілеспрямоване спостереження, коли за планом дослідника (експериментатора) частково змінюється ситуація, в якій перебувають учасники експерименту (реципієнти); 2) самоспостереження (інтроспекція); 3) емпіричне спостереження [Леонтьєв, с.73].

У колективній монографії “Основи теории речевой деятельности” один із її авторів І. І. Ільєсов зазначає, що “емпіричне (передовсім експериментальне) вивчення аспектів мовленнєвої діяльності, що є об'єктом психолінгвістики, здійснюється за допомогою низки методів, запозичених із арсеналу суміжних наук, – психології, фізіології і власне лінгвістики. На його

думку, емпіричне вивчення дійсності полягає в отриманні даних за допомогою органів чуття (за допомогою обладнання чи без нього), які є відображенням відношень між речами, предметами, явищами, процесами і станами як навколишнього, так і власне внутрішнього суб'єктивного світу людини. У тому разі, коли пряме отримання даних про властивості явищ матеріальної й духовної культури неможливе, тоді здійснюється їх непряме опосередковане вивчення за допомогою емпіричного спостереження за іншими властивостями, дотичними до об'єкта наукового дослідження. Дані, отримані в емпіричних дослідженнях, називаються фактами (фактичним матеріалом)” [Ільясов, с.106].

Цитуючи знову І. І. Ільєсова, не викликає заперечень його твердження про те, що теоретична стадія такого дослідження полягає в аналізі отриманих фактів на основі припущень, в їхній систематизації, узагальненні, і головне, у формулюванні на їхніх засадах нових фактів у вигляді гіпотез, моделей, які згодом мають бути перевірені шляхом емпіричного дослідження, і, в разі фактичного підтвердження, гіпотези уже стають теоріями [Ільєсов, с. 107].

Факти можна здобути у процесі самостійно проведеного емпіричного спостереження або можна запозичити в інших авторів з обов'язковим посиланням і аргументами. Виходячи з такого методологічного шляху наукові спостереження є “1) суто емпіричними (експериментальними), в яких описується методика отримання фактів, 2) суто теоретичними, в яких відбувається критичний аналіз готових фактів (здобутих як самостійно, так і спільно з іншими авторами), формулювання гіпотез, моделей, або 3) змішаними (найчастіше), де здійснюється отримання фактів та їхній подальший аналіз окремо або разом з фактами, здобутими іншими дослідниками. На наступному етапі, як впливає з мети емпіричного вивчення дійсності, визначаються три основні процедури: 1) актуалізація досліджуваних явищ, 2) їх відображення у науковій концепції та 3) фіксація отриманих фактів” [Ільєсов, с. 107].

Цілком погоджуємося далі з цим дослідником, який припускає, що “при емпіричному вивченні тих чи інших сторін суб'єктивної та об'єктивної дійсності дослідник має виконати процедуру їх актуалізації, зокрема тих властивостей досліджуваного явища, [...] які підлягають спостереженню й відображаються у процесі дослідження та потім фіксуються” [Ільясов с. 108].

Процедура відображення властивостей досліджуваних явищ є вибіркоvim процесом з боку дослідника (або реципієнтів, у випадку вивчення психічних явищ), що відбувається як безпосередньо за допомогою органів чуття або на основі внутрішньої рефлексії, так і опосередковано, тобто за допомогою припущень, що передбачають виявлення певних логічних зв'язків між властивостями явищ, які підлягають емпіричному спостереженню.

Саме ця процедурна стадія покладена в основу виділення двох основних типів методу емпіричного спостереження: прямого і непрямого.

Наступна третя процедура – фіксація фактів за допомогою природної мови або інших знакових систем є перехідним методологічним етапом від емпіричної стадії до теоретичної. При цьому найбільш суттєвою з трьох розглянутих вище взаємопов'язаних процедур емпіричного дослідження, на думку І.І. Ільєсова, є відображення [Ільєсов с.108]. І, як показують результати численних психолінгвістичних когнітивно-орієнтованих досліджень, це не викликає заперечень, в яких було застосовано різні комбінації використання способів і засобів відображення аналізованих фактів.

Провідну роль в організації прямого відображення виконують правильно складені протоколи запису індивідуальних показників. Представлений у них (укладений завчасно) перелік того, що підлягає відображенню, є надійним способом упорядкування його результатів, яке допомагає зробити його послідовним і системним. Водночас цей перелік є і способом фіксації отриманих даних, які потім підлягають статистичному опрацюванню, що є першою процедурою вже наступної теоретичної стадії дослідження [Ільєсов с. 109].

Припускають, що прямий метод емпіричного спостереження є найбільш ефективним методичним інструментом для отримання даних про властивості різних психічних процесів і станів людини. З цією метою під час аналізу певних психічних процесів варто, щоб реципієнти, які будуть відображати досліджувані явища, були попередньо підготовлені для такого відображення. Необхідно, щоб респонденти звертали увагу на різні властивості й аспекти психічних явищ, що мають місце у процесі їхньої актуалізації, щоб правильно виділяли й фіксували їх [Ільясов с. 109]. З цією метою ефективним пресупозиційним методом в організації прямого емпіричного відображення властивостей внутрішніх процесів є усна бесіда дослідника з реципієнтом (-ами) у формі цілеспрямованих запитань і відповідей, що, як правило, сприяють кращим й точнішим відповідям, наданим як рефлексивний їх звіт [Ільясов, с. 110].

Чому цей метод є настільки важливим для емпіричного спостереження? Звернімося до його витлумачення у “Психологічному тлумачному словнику найсучасніших термінів” (В. Б. Шапарь), де бесіду, хоча і визначають як допоміжний метод, але відводять їй значну пропедевтичну роль, оскільки під час її проведення виявляються різні проблеми між дослідником і реципієнтами, зокрема і недовіра, незрозумілість окремих запитань, мета сформульованих завдань тощо. Бесіда є необхідною на різних стадіях емпіричного дослідження як для первинного опитування, так і для уточнення результатів і висновків, здобутих за допомогою інших методів спостереження (Психологічний тлумачний словник, с. 38). З огляду на це виділяють такі види бесіди: 1) “введення в експеримент” – етап залучення до співпраці; 2) “експериментальна бесіда” – етап перевірки робочої гіпотези; 3) “бесіда-інтерв’ю” – етап [наше уточнен – Н.С.] здобуття інформації за допомогою усного опитування. Порівняно з анкетуванням бесіда передбачає більшу свободу опитуваного у формулюванні відповідей, їхню розлогість тощо.

Розрізняють два види інтерв'ю: 1) вільні інтерв'ю – не регламентовані темою і формою бесіди – і 2) стандартизовані інтерв'ю – за формою наближені до анкети із закритими запитаннями. Диференціація цих видів залежить від складності проблеми, мети та етапу дослідження. Ступінь свободи вибору відповідей учасників емпіричного спостереження вимірюється наявністю і формою запитань; рівнем отриманої інформації – складністю відповідей. Питальники для інтерв'ю укладаються за типом соціологічних анкет, які ставлять за мету одержання типових відповідей на велику кількість запитань [Психологічний тлумачний словник, с. 39]. Вони є доцільними на першій стадії емпіричного дослідження для початкового орієнтування в науковій проблемі. Але питальники можуть надати потрібні відомості під час подальшого уточнення досліджуваних властивостей і формулювання нових гіпотез [Психологічний тлумачний словник с. 169].

На думку І.І. Ільєсова, складання [...] питальників, анкет, карток, бланків тощо сприяє методичній організації процедури прямого відображення властивостей внутрішніх процесів [Ільєсов с. 110].

Загалом вище наведені два основні типи методу емпіричного спостереження: прямого і непрямого лежать в основі диференціації психолінгвістичних методів вивчення мовленнєвої діяльності залежно від того, з яких дисциплін вони запозичені. Виділяють три основні групи методів емпіричного дослідження психолінгвістичних аспектів мовленнєвої діяльності на основі спостереження й експерименту: 1) психологічні (прямі методи вивчення психічних процесів, що лежать в основі мовленнєвої діяльності, і непрямі методи їх вивчення через інші параметри тих або інших також психічних процесів), 2) фізіологічні (непрямі методи вивчення психічних процесів, що забезпечують здійснення мовленнєвої діяльності через параметри фізіологічних процесів, пов'язаних із ними, а також прямі й непрямі методи вивчення об'єктивних процесів, пов'язаних із мовленнєвою діяльністю), 3) лінгвістичні (дотичні до психологічних, але відрізняються від останніх лише тими конкретними суб'єктивними сторонами механізму

мовленнєвої діяльності, які є предметом лінгвістики і вивчаються за допомогою лінгвістичних методів) [Ильясов с. 112-113].

2.3.2 Експериментальні лінгвістичні дослідження як інструмент для реконструкції когнітивного механізму асоціацій людини. Одним із ефективних інструментів поєднання методів і окремих методик лінгвістичного і психологічного емпіричного дослідження, який був докладно і послідовно описаний в уже згаданій колективній монографії “Основы теории речевой деятельности”, – це лінгвістичний експеримент. Але суто лінгвістичних експериментів, як показують сучасні психолінгвістичні дослідження (Т.В. Бісовецька, О.Ф. Загородня, Д.І. Терехова та ін.), немає.

Уточнімо з цією метою науковий об’єм терміна “експеримент” у “Психологічному тлумачному словнику найсучасніших термінів”, під яким розуміють “один із основних, поряд з емпіричним спостереженням, метод наукового пізнання загалом і психологічного дослідження – зокрема [...], який передбачає спеціальну організацію ситуації дослідження [...] і на меті якого є реєстрація змін у поведінці досліджуваного об’єкта. Традиційно виділяють три типи експериментів: 1) лабораторний, 2) природний та 3) польовий [...]. Окрім того, розрізняють ще констатувальну частину експерименту та формувальну [Психологічний тлумачний словник с.112].

Автори словника зауважують, що “правильно організований експеримент дає змогу перевіряти гіпотези на наявність причинно-наслідкових відношень, а не лише робити констатацію зв’язку між змінними характеристиками [Психологічний тлумачний словник стор.113].

У лінгвістиці одним із перших, хто почав обговорювати проблему необхідності перевірки певної сутності того чи іншого мовного явища експериментальним шляхом, був Л.В. Щерба [Шахнарович с. 125], який уважав, що дослідник природних мов, побудувавши з мовних фактів якусь абстрактну систему, повинен перевіряти її на нових фактах (про це йшлося на

початку цього дослідження), тобто дивитися, чи відповідають виведені з цієї системи факти реальній дійсності [Щерба с. 31-32]. Саме ці ідеї вченого стали засадничими у проведенні експериментів у лінгвістичних працях.

Учений припускав, що особливо продуктивним метод лінгвістичного експерименту є для синтаксису та лексикографії і, звичайно, для стилістики. А загалом Л.В. Щерба дуже правильно сказав, що без експерименту майже неможливо об'єктивно досліджувати ці сфери або напрями мовознавства [Щерба с. 32]. Переконані, що не лише названі напрями, а й інші різноаспектні як суто лінгвістичні, так і міждисциплінарні його сфери. Цікаві власні міркування з цього приводу, зокрема, про тісний зв'язок психологічних методів із експериментальними, висловлював Л.В. Щерба: “те, що колись я називав “психологічним методом” [..], і було методом експерименту, тільки тоді ще не було мною достатньо усвідомлено [...]. Експериментуючи з різноманітними мовними формами і спостерігаючи, що відбувається з їхніми значеннями, які смисли вони продукують у нових своїх якостях тощо” [Щерба с. 33], – це й були ті перші кроки вченого, що згодом продовжили уже сучасні представники психолінгвістики.

Щодо проблеми розробки ефективних методів розкриття значення слова, то Й. А. Стернін зазначає, що саме психолінгвістичний підхід демонструє, яким насправді складним є це питання. Значення, що виявляються за допомогою психолінгвістичних експериментів, завжди є набагато об'ємнішими і глибшими, ніж їхнє подання в традиційних тлумачних словниках [Стернін с. 12]. Це ще раз підтверджує наявність різних наукових позицій щодо витлумачення природи значення у лінгвістичних парадигмах (структурній і когнітивній) і з приводу способів його представлення у словникових джерелах.

У контексті цієї дискусії З.Д. Попова пропонує термінологічно розмежувати два типи значень: 1) значення, представлене у тлумачному словнику, і 2) значення, відображене у свідомості носія мови [Попова, Стернін с. 94].



Відповідно, звідси випливає різний методологічний підхід до його аналізу: суто мовний – для виявлення першого типу і психолінгвістичний – експериментальний – для його реконструкції як елемента структури свідомості носія мови та мовної картини світу загалом. На тому, що асоціативні зв'язки є важливими для відтворення мовної картини світу, наголошує й М. П. Кочерган [Кочерган 2006, с. 314].

“Лексикографічне значення, на думку Й.А. Стерніна, можна розглядати як сукупність основних, ядерних сем, що становлять, як уважають лексикографи, основний зміст значення” [Стернин с. 13]. Тимчасом, З.Д. Попова переконана у тому, що “існує ще один тип значення – психологічне, реальне або психолінгвістичне значення слова як упорядкована єдність усіх семантичних компонентів, які реально пов'язані з певною звуковою оболонкою у свідомості носіїв мови. Це той обсяг семантичних складників, що актуалізує окреме (ізольоване) слово у свідомості людини в єдності всіх його семантичних ознак: більш і менш яскравих, ядерних і периферійних. Психолінгвістичне значення структуроване за польовим принципом, а компоненти, що його утворюють, побудовані ієрархічно за яскравістю актуалізації у свідомості” [Попова, Стернин с. 97]. Саме за таким принципом організовано мотиваційний континуум ціннісних смислів (як складної матричної взаємодії семних компонентів різних типів значень, конфігурація яких утворює шари ціннісних концептів) аксіоконцептосфер соціумів, етносеміометричне вимірювання яких найбільш ефективно здійснювати за допомогою психолінгвістичних експериментів.

У цьому плані погоджуємося з Й.А. Стерніним, який зазначає, що експериментальний опис семантики мовних одиниць дає можливість уявити зміст слова як певну психологічну реальність, виявити такі семантичні компоненти, які не фіксуються іншими методами і прийомами семантичного аналізу. Антропометричні методи (методи вимірювання ступенів відображення явищ буття у свідомості людини – уточнення наше – Н.С.) передбачають отримання знань про мову через звернення з різними

запитаннями і завданнями до самих носіїв мови, яке складаються з двох процедур: власне лінгвістичного експерименту і лінгвістичного інтерв'ювання [Стернин с. 13].

2.3.3 Лінгвістичний експеримент і лінгвістичне інтерв'ювання та їхні процедурні методики для виявлення асоціацій. Й.А. Стернин розмежує ці дві процедури: лінгвістичний експеримент і лінгвістичне інтерв'ювання (опитування), якими часто оперують одне в значенні іншого у практиці психолінгвістичних досліджень [Стернин с. 18]. Експеримент передбачає непрямий запит інформації – отримання від реципієнтів (опитуваних) деякого нового мовного матеріалу, який потім підлягає інтерпретації, і лише потім здобуті результати використовуються для узагальнення й висновків. Тимчасом лінгвістичне інтерв'ювання має на меті прямий запит інформації – формулюються запитання, відповіді на які безпосередньо є результатом дослідження і на підставі яких робляться узагальнення й висновки.

Метод лінгвістичного інтерв'ювання у вигляді опитування Й.А. Стернин вважає процедурою не власне психолінгвістичного, а соціолінгвістичного дослідження, яке є безпосереднім зверненням до свідомості носіїв мови з прямими запитаннями для виявлення досліджуваних ознак мовних явищ [Стернин с.18-19]. Лінгвістичне інтерв'ювання проводиться як в усній формі з індивідуальними інформантами, так і в письмовій формі фронтально, з великими групами інформантів, відповіді респондентів (інформантів) фіксуються дослідником або самими респондентами у письмовій формі. Письмова форма (анкетування) використовується найчастіше [Стернин с. 19].

Носії мови орієнтуються експериментатором на усвідомлене осмислення плану змісту мовних одиниць як складника концептів, які їх вербалізують, а також словесне формулювання своєї рефлексії [Стернин с.

29]. Отримавши відповіді, дослідник узагальнює й статистично обробляє результати.

Й.А. Стернин виділяє такі методики (прийоми аналізу – це уточнення наше – Н.С.) методу лінгвістичного інтерв'ювання: прийом прямого лінгвістичне інтерв'ювання, прийом семантичної диференціації (прийом виявлення диференційних ознак мовної одиниці), прийом оцінної диференціації, рецептивний прийом, екземпліфікаційний прийом [Стернин с. 19-20].

Методика прямого лінгвістичного інтерв'ювання спрямована на виявлення безпосереднього знання носієм мови значення слів, можливостей його слововживання та ін., достовірно розкриваючи механізми позначення предметів і явищ навколишнього світу тощо [Стернин С. 29-30]. Методика прямого лінгвістичного інтерв'ювання відбувається у кілька послідовних етапів (з нашим коригуванням – Н.С.):

- 1) представлення інформантам реєстру запитань та письмових анкет;
- 2) узагальнення різних за формою, але близьких за змістом відповідей;
- 3) формулювання семантичних компонентів на основі отриманих відповідей;
- 4) ранжування отриманих семантичних компонентів за частотою їх представлення в анкетах;
- 5) формулювання асоціативних значень слова [Стернин с. 30];
- 6) коментування слововживання в заданій конструкції, що дозволяє встановити, які семи актуалізовані у слові при його вживанні.

Й.А. Стернин стверджує, що пряме лінгвістичне інтерв'ювання є доцільним при вирішенні завдань, пов'язаних із виділенням емпіричного компонента значення, а також для виділення периферійних і диспозиціональних сем. Хоча ця процедура може бути застосована і для виявлення основних, постійних, яскравих семантичних компонентів, але для цього необхідна розробка чіткої системи цілеспрямованих запитань із урахуванням конкретної досліджуваної групи лексики [Стернин с. 32].

Методика семантичної диференціації як процедура методу лінгвістичного інтерв'ювання (методика виявлення диференційних ознак мовної одиниці) ставить за мету отримати від інформантів відповіді у вигляді сформульованих відмінностей у семантиці слів, які пропонує дослідник. Ця процедура є ефективною для виявлення периферійних компонентів значення слова. Методика оцінної диференціації як процедура зорієнтована на фіксацію оцінного компонента семантики у запропонованому реєстрі слів і подальшу їх диференціацію за цим компонентом. Рецептвна методика передбачає визначення значення мовної одиниці в контексті та отримання відповідей на таке запитання: яке значення з наведених у списку, на Вашу думку, має дане слово, вжите в контексті? Методика екземпліфікаційного аналізу – в іншій термінології – ілюстративного аналізу полягає в підборі інформантами мовних прикладів-ілюстрацій під те або інше запропоноване експериментатором мовне поняття, слово) [Стернин с. 33].

Метод лінгвістичного експерименту – це звернення до інформантів із завданням продовжити, модифікувати, доповнити, завершити тощо деякий текст, фразу, утворити словосполучення з деяким словом-стимулом (Стернин с. 20). Виділяють (В. П. Беянін, Т. В. Бісовецька, О. Горошко, О. Ф. Загородня, Й.А. Стернін, Р. Фрумкіна, Н. Grimm) два основні найбільш затребувані для психолінгвістичних досліджень його види: 1) **вільний асоціативний експеримент**, в якому інформантові пропонують відповісти на слово-стимул першим словом, яке йому спало на думку, жодним чином не обмежуючи ані формальні, ані семантичні особливості слова-реакції; 2) **спрямований асоціативний експеримент**, в якому експериментатор обмежує вибір слова-реакції, наприклад, дає настанову відповідати лише іменниками тощо [Горошко 2001, с. 16]. Асоціативний експеримент у двох його різновидах спрямований на виявлення асоціацій, які склалися в індивіда в його попередньому досвіді [там само].

Дослідники різних сфер знання, і не лише психолінгвісти, намагалися відтворити історію цих процедурних експериментальних інструментів.

Асоціативний експеримент як психолінгвістичний метод дослідження мовної свідомості, за визначенням О. І. Горошко [Горошко 2001, с. 16], спрямований на виявлення асоціацій, які склалися в індивіда в його попередньому досвіді. Під асоціаціями розуміють (Р.М. Фрумкіна) зв'язок між певними об'єктами або явищами, що ґрунтується на суб'єктивному досвіді індивіда, який настільки автоматизований, що не підлягає усвідомленню [Фрумкіна 2001, с. 189-192].

А тому припускають, що, вивчаючи асоціації, можна реконструювати неусвідомлювані глибинні шари людської психіки, які К.Г. Юнг назвав свого часу архетипами. Метод вільних асоціацій активно почали застосовувати на поч. ХХ ст. у практиці психоаналізу як спосіб реконструкції підсвідомих шарів психіки людини. Німецький психіатр і психоаналітик К. Г. Юнг уважав асоціативний експеримент цінним діагностичним інструментом, оскільки виявив, що латентний період збільшується, коли слова-стимули пов'язані з обставинами, що травмують респондента. Під час зачитування стимульних слів пацієнт мав назвати перше, що спадає йому на думку, і у цьому процесі фіксували час реакції, зміни у частоті дихання й інші показники, що свідчили би про емоційну реакцію пацієнтів. Якщо психофізіологічні реакції на певне слово були відмінними від реакцій на решту слів, К. Г. Юнг робив висновок, що у респондента існують певні підсвідомі емоційні проблеми, пов'язані зі стимульним словом чи з можливою реакцією на нього [цит. за пр. Загородня 2018, с. 61].

Ідеї К. Юнга у психології розвинув О. Р. Лурія (поч. ХХ ст.), який розробив “сполучену моторну методіку”, яка була модифікованим варіантом тесту К. Юнга і передбачала виявлення прихованих реакцій афекту. А ось першими власне психолінгвістичними дослідженнями поч. ХХ ст. були створені асоціативні норми на основі асоціативних експериментів

американських психологів Г. Кент і А. Розанова [цит. за пр. Загородня 2018, с. 61-62].

Не вдаючись докладно в історію становлення психолінгвістики, зауважимо, що сучасний її когнітивний вектор орієнтує дослідників на безпосереднє відтворення лексики людини, яке може здійснюватися [...] переважно шляхом звернення до свідомості носія мови, тобто на основі даних вільного асоціативного експерименту [Золотова 2001, с. 72]. Наразі асоціаціям надають статус універсального чинника мовного розвитку (див. В.А. Чабаненко): “усю структурну організацію лексичної системи мови визначають асоціативні відношення, що постійно урізноманітнюються у зв’язку зі змінами в мисленні та його поповнення новими поняттями” [Чабаненко 2005, с. 135]. Асоціація як зв’язок між певними об’єктами або явищами, що ґрунтується на суб’єктивному досвіді людини, є настільки автоматизованою, що не підлягає усвідомленню [Фрумкіна 2001, с. 189-192]. І це дає підстави припустити, що, вивчаючи асоціації, дослідник звертається до неусвідомлюваного глибинного шару людської психіки, тобто до архетипів колективного несвідомого [Фрумкіна с. 192].

Вільний асоціативний експеримент надає можливість отримати інформацію про семантичні зв’язки слів, які об’єктивно існують у психіці носія мови. Мовна свідомість, на думку Ю.М. Караулова, виявляється у двох режимах: активному, або смислоутворювальному, та пасивному, або знакоутворювальному. Асоціативно-вербальна мережа є матеріальним аналогом і джерелом смислоутворення, де відношення стимул-реакція є його початковим етапом [Караулов 2006, с. 89]. За асоціативними реакціями можна виявити сполучуваність слів у мовленні, причому закономірності розподілу слів у вільному асоціативному експерименті й вірогідність їх появи в мовному потоці надзвичайно близькі [Уфимцева 2004, с. 4].

Реакції, отримані в ході асоціативних експериментів, можна розглядати як специфічний для певної культури і мови асоціативний профіль образів свідомості. Вони інтегрують розумові й чуттєві знання, які накопичені

певним етносом [Уфимцева 2004, с. 5]. Реакція в умовах вільного асоціативного експерименту є вільною, що дозволяє інтерпретувати її як вербальну актуалізацію деякого семантичного компонента слова-стимулу – найбільш яскравого, важливого для мовної свідомості інформанта [Стернин с. 36]. А тому асоціативна реакція суттєво залежить від віку, статі, професії, соціального стану інформанта і багато ін. факторів [Стернин с. 37].

На відміну від вільного спрямований асоціативний експеримент проводиться з тими чи іншими обмеженнями на реакцію, яку пропонується надати реципієнтам [Стернин с. 37]. Процедурною стадією спрямованого асоціативного експерименту є дослідницька операція із завершення експериментальної фрази (неповної конструкції). Дослідник конструює фрази, що містять потрібні для аналізу слова, і пропонує їх реципієнтам, але при цьому ставить перед ними цілеспрямоване завдання розкрити у відповіді певний (потрібний для дослідника) семантичний компонент слова [Стернин с. 38]. Отримані результати узагальнюються через формулювання відповідних сем, причому частотність згадування тієї чи іншої семи в експерименті дозволяє визначити її яскравість у структурі значення [Стернин с. 39].

2.3.4 Процедурні методики вільного й спрямованого асоціативних експериментів. Методики вільного й спрямованого асоціативних експериментів як інструментів ефективного поєднання процедур прямих психологічних методів з лінгвістичними, успішно розроблялися, апробувалися різними науковими школами психолінгвістики у процесі проведення експериментальних досліджень. Одним із таких інтегрованих методів став метод “вимірювання значень”, який був розроблений Ч. Осгудом і апробований під назвою метод “семантичного диференціалу” [Ильясов с. 114]. Цей метод дає змогу виявити компоненти значення слова шляхом вибіркового проведення кожного з асоціативних експериментів.

В Україні в цьому напрямі працювала Чернівецька наукова школа, очолювана проф. В.В. Левицьким, яка була однією з перших, учні якої також застосовували подібні інструменти для вивчення значення слова експериментальними шляхами. Ця процедура полягає в наданні реципієнтам слів разом зі шкалами, що містять полярні поняття (у концепції даного дослідження, в якому йдеться про ціннісні поняття, то оперуємо терміном бінарні поняття, наприклад: добро/зло, правда/неправда, сприятливість/шкідливість, правий/лівий тощо). За цими шкалами реципієнти повинні охарактеризувати значення кожного слова, вказавши його місце на семантичній шкалі. В.В. Левицький назвав цю процедуру “методом семантичного шкалування”, що пропонує респондентам зробити вибір між двома бінарними поняттями [Левицький с.142].

При цьому В.В. Левицький пояснює, “якщо експериментатор хоче отримати оцінку слова за допомогою методу семантичного диференціалу в “чистому вигляді”, тобто з'ясувати лише ставлення мовця до позначуваного словом предмета, явища тощо, то він повинен розробити для цього певні процедурні умови. Але ті умови, яких, на думку В.В. Левицького слід уникати, бо вони мають широкий семантичний контекст (наприклад: ‘теплий-холодний’ – для слова *зима*), на наше переконання, є якраз необхідними для реконструкції асоціативного значення досліджуваного слова, порівняно з денотативним значенням. Тим більше сам учений пише, що “жодними процедурними умовами не можна позбутися впливу факторів різних типів контексту: впливу фразеологізмів, стійких сполучень слів (фразеологічний контекст), впливу переносних значень аналізованого слова (метафоричний і метонімічний контексти) тощо, впливу міфологічних артефактів (міфологічний контекст) як фрагмента національної етнопсихології. А щодо рекомендацій В.В. Левицького вводити в експеримент лише ті шкали, які дадуть змогу виявити денотативні ознаки значень [Левицький с. 145], то вважаємо цю процедуру експериментально недоцільною, бо денотативні значення уже виявлені й зафіксовані в



тлумачних лексикографічних джерелах. Тут для експериментального виявлення семантичної структури досліджуваного слова доцільним є вимірювання ступенів накладання (збігу) обох значень або переважання асоціативного значення над денотативним, і навпаки (див. докладніше: О.Ф. Загородня).

Метод “семантичного шкалування” В. В. Левицького є найбільш придатним процедурним інструментом для вивчення семантичної структури слова, яка має на меті верифікацію семантичних компонентів, попередньо виділених за допомогою інших прийомів аналізу, а головне, зорієнтована на вимірювання ступеня відомості окремих семантичних компонентів слова носіям конкретної мови. Припускаємо, що під іншими прийомами В. В. Левицький розумів або дефінітивний аналіз, або, скоріше, методику компонентного аналізу як складову структурного методу.

Ця експериментальна процедура передбачає такі етапи її виконання. Перший етап – це складання вихідного списку сем на основі значень слів із різних тлумачних словників, який може бути доповнений й інтуїтивно виділеними дослідником ознаками, а також ознаками, що були виокремлені, наприклад, у попередніх експериментах. Другий етап – інформантам пропонується виявити наявність кожної семи із запропонованого дослідником списку сем у структурі значення слова за певною шкалою. Для цього дослідник формулює запитання: чи входить дана сема у значення цього слова? Для відповіді використовується цифрова шкала, наприклад, шестибальна: 0 – не знаю; 1 – так; 2 – швидше так; 3 – імовірно; 4 – швидше за все – ні, 5 – ні. Отримані результати з кожної семи усереднюються [Левицький с. 131].

Третій етап – обчислення індексів знання сем реципієнтами – учасниками експерименту. Так, для окремих сем можна обчислити: 1) середній індекс семи на семантичній шкалі (як середньоарифметичне оцінок, виставлених усіма інформантами за даною ознакою); 2) індекс знання (як відношення позитивних оцінок інформантів певної семи, тобто оцінок,

відмінних від 0 – не знаю, до загального числа інформантів). За величиною середнього індексу семи на семантичній шкалі виділяються семи тверді (індекс 1-1,5), відносно тверді (1,6-2,5) і невизначені (2,6-3,5). Тверді й відносно тверді семи виділяються і в негативній частині шкали. Релевантними для структури значення є тверді й відносно тверді ознаки з досить високим індексом знання [Левицький с. 132].

Подібна процедура була вдосконалена І. А. Стерніним і М. А. Стерніною й успішно апробована багатьма учнями Воронежської наукової школи під назвою “зіставно-параметричний метод”. Як відзначають автори даного методу, “його суть полягає в розробці та застосуванні формалізованих параметрів аналізу різних мов, концептосфер та їх національної специфіки. Характеристика того чи іншого мовного або когнітивного явища в рамках відповідного параметру виражається у вигляді певного індексу, представленого в числовій формі. Зіставлення однойменних індексів у різних мовах і концептосферах дає можливість зробити висновок про наявність чи відсутність національної специфіки за даним параметром, а також про ступінь її прояву в кожній мові” [Стернина 2014, с. 3].

Цей метод є ефективним також для вивчення яскравості сем (про яке йшлося вище і яке можна здійснювати за допомогою елементів процедури спрямованого асоціативного експерименту. У свою чергу це можна успішно здійснювати і за розробленою процедурою В.В. Левицького) з метою демонстрації їх національної специфіки в досліджуваних мовах [Стернина 2014, с. 51].

У рамках подальшого дослідження передбачається виявити семний склад оцінно-маркованого слова (де оцінка виступає в якості параметра) на основі, наприклад, таких 5-х індексів (розроблених учнями наукової школи Й. А. Стерніна і М. А. Стерніною), як 1) індекс яскравості семи (що є ефективним при проведенні асоціативного експерименту, оскільки він показує відношення кількості реципієнтів, які актуалізували наявну у слова-стимулу оцінку сему в ході проведення експерименту, до загальної кількості

його учасників; 2) сукупний індекс яскравості значення – сума індексів яскравості всіх сем, що утворюють оцінне значення; 3) індекс словникової фіксації семи [Стернин, Любова 2014] – сума фіксацій кожної оцінної семи у всій сукупності дефініцій у проаналізованих словниках; 4) сукупний індекс словникової фіксації конкретного лексикографічного значення – сукупність індексів словникової фіксації окремих оцінних сем цього значення; 5) індекс еквівалентності оцінних сем ЛГ – вимірюється на основі відношення кількості оцінних сем досліджуваної ЛГ, що мають еквівалентні оцінні семи в мові зіставлення, до загальної (сумарної) кількості оцінних сем досліджуваної ЛГ.

Й. А. Стернин у процедурі спрямованого асоціативного експерименту виділяє методику суб'єктивних дефініцій, відповідно до якої під час експериментального дослідження семантики слова реципієнтам пропонується надати власну словесну дефініцію значення слова, яке цікавить дослідника. Їм пропонується словесна формула, яка орієнтує (спрямовує) на формулювання словесної дефініції, що, є по суті, однією з процедур спрямованого асоціативного експерименту [Стернин с. 39].

Асоціативний напрям експериментальних досліджень активно розроблявся представниками американської школи психолінгвістики, відомий під назвою метод Е. Бендікса, що спрямовувався на виявлення компонентів значень слів, не обов'язково пов'язаних з конкретною ЛГ, шляхом побудови експериментальних конструкцій, в яких досліджуване слово протиставлене іншим словам в одній тестовій фразі. Реципієнтам пропонували відповісти, чи є в даній конструкції (утвореної дослідником мовної конструкції) протиставлення, тобто чи протиставлені слова в тестовій фразі за значенням. Виявлене протиставлення дає підстави припустити в даному випадку про наявність диференційних ознак (сем), на яких ґрунтується це протиставлення. Інформанти повинні доповнити або розгорнути тестову конструкцію, пояснивши (експлікувавши) диференційну ознаку, що протиставляє досліджувані слова за семантикою.

Ця процедура є спрямованою асоціативною методикою, оскільки реципієнтів навмисно орієнтують (спрямовують) до словесного формулювання семантичних відмінностей у вигляді протиставлень, які мають завершити конструкцію в мовному і смисловому (значеннєвих) планах. Отримані результати інтерпретуються як об'єктивація диференційних сем досліджуваних значень слів [Стернин с. 41].

Однак, на думку Й.А. Стерніна, специфіка методики Е. Бендікса від наявних подібних методик полягає в тому, що за її допомогою можна досліджувати слова, які не утворюють чіткої ЛГ (тоді як компонентний аналіз обов'язково передбачає аналіз певної ЛГ) [Стернин с. 42]. Але, безумовно, вона є доцільною, адже дає змогу виявити семний склад одиниць із абстрактною семантикою, зокрема тих, що є позначеннями бінарних понять.

Окрім двох найбільш апробованих методик лінгвістичного асоціативного експерименту: вільного й спрямованого, процедури яких було описано вище, О.І. Горошко виділяє ще третій вид – ланцюговий експеримент, в якому реципієнтам пропонують відповісти будь-якою кількістю слів  $R_i$  (реакцій), першими, які спали їм на думку, при пред'явленні  $S$  (слова-стимулу), нічим не обмежуючи ані формальні, ані семантичні особливості слів.

Під ланцюговою асоціативною реакцією розуміють некероване, спонтанне тривання процесу відтворення фрагментів свідомості й підсвідомості суб'єкта. Досвід ланцюгового експерименту докладно був описаний О.М. Леонтьєвим, який вважає, що “ланцюговий асоціативний ряд становить послідовність окремих мовленнєвих реакцій (слів) реципієнта на запропонований для його психіки подразник, яким є спеціальне слово, вимовлене експериментатором, так і його завдання вимовити одразу слова, які в цю мить спадають на думку. Результаті цього експерименту дають змогу розглядати асоціативний ряд не як просту суму окремих асоціацій (подразник-реакція), а навпаки, зафіксувати складну взаємодію окремих

моментів асоціативного процесу, яка перетворює асоціативні ряди в когнітивні структури, розуміння яких можливе лише на основі спеціального аналізу цих структур [Леонтьев с. 53].

Кожен із трьох видів асоціативних експериментів має свої переваги і недоліки і має на меті вирішити конкретні завдання дослідника.

Результати вільних асоціативних експериментів є найбільш достовірними, проте все ж таки деяка слабкість методичному прийому виділення сем полягає, перш за все, в тому, що семантична інтерпретація отриманих асоціацій залежить від компетенції самого дослідника, що знижує об'єктивність результатів виконаної процедури.

Спрямований експеримент, за спостереженнями О.І. Горошко, також певною мірою обмежує процес асоціювання і скеровує асоціації в потрібне русло, наприклад, методика незакінчених речень накладає деякі рамки, які можуть знизити надійність результатів і дещо спотворити реальну картину асоціацій [Горошко 2005, с. 53- 54].

У ланцюговому асоціативному експерименті опитаним пропонується за обмежений час назвати будь-яку можливу кількість слів. На думку дослідниці, “в ньому теж спостерігається певна залежність між послідовністю асоціацій, які виникають у свідомості мовця. Часом виявляється, що і-реакція є фактично реакцією не на початковий стимул, а на попередню реакцію, яка стала новим подразником. При цьому складно чітко розмежувати справжні стимули, що зумовили ту чи іншу асоціацію, бо вони перебувають у певних зв'язках, найчастіше у смислових зв'язках між собою” [Горошко 2005, с. 54].

Підсумовуючи, зазначимо, що для розкриття такого складного когнітивного механізму, як інференція, що заснована, передовсім, на різноманітних асоціаціях людини, придатним є методологічний інструментарій психо- і соціолінгвістики, за допомогою якого можна отримати результати відображення у свідомості людини відношень між речами, предметами, явищами, процесами і станами як навколишнього світу,

так і власне її внутрішнього суб'єктивного стану, що фіксуються у значеннях мовних одиниць. Найбільш об'єктивні результати дослідники-психолінгвісти отримали під час експериментального вивчення відображеного у свідомості носіїв мови асоціативного компонента значення слова як упорядкованої сукупності усіх його семантичних складників: більш і менш яскравих, ядерних і периферійних тощо. Основними з цих емпіричних методів спостереження (прямих і опосередкованих) виявилися: вільний асоціативний експеримент і спрямований асоціативний експеримент, у ході яких паралельно були розроблені й застосовані: метод "семантичного диференціалу Ч. Осгуда, метод семантичного шкалування В.В. Левицького і Й.А. Стерніна, зіставно-параметричний метод Й.А. Стерніна і М.А. Стерніної, метод Е. Бендікса. У результаті проведення численних психолінгвістичних досліджень експериментатори вказали на переваги (більшою мірою) і недоліки цих методів, які потребують подальшого вдосконалення розроблених експериментальних процедур.

#### **2.4 Етапи, умови і форми проведення асоціативних експериментів та нові інструменти опрацювання їхніх результатів (за О. І. Горошко, О. Ф. Загородньою і Р. М. Фрумкіною)**

Діапазон вирішуваних за допомогою, наприклад, вільного асоціативного експерименту (далі – ВАЕ), на думку О.І. Горошко, вкрай широкий: зокрема він передбачає реєстрацію різних типів реакцій (поведінкових, фізіологічних тощо), обчислення частоти однотипних асоціацій, дистанції латентних періодів (часу, який пройшов між словом-стимулом і відповіддю реципієнта) тощо [Горошко 2005, с. 55]. З усіх психолінгвістичних методів ВАЕ – не тільки один з найпопулярніших і апробованих, але також і один із найнадійніших, оскільки одержувані результати можуть бути легко відтворені й перевірені (там само).

Насамперед, ВАЕ є досить ефективним дослідницьким інструментом у вивченні мовної свідомості, особливо у випадку реконструкції тих фрагментів, тобто структур свідомості, які почали формуватися ще в добу існування одного індоєвропейського етносу, потім у періоди існування прагерманських і праслов'янських племен і згодом у різні етапи розвитку (від давнього стану – до сучасного) вже окремих мов (англійської і української). До таких структур свідомості належать ціннісно-оцінні концепти як ментальні утворення представників британського й українського етносів. Припускаємо, що еспериментально виявлені асоціації на слова-стимули сучасної британської й української молоді нададуть змогу зробити попередні висновки щодо збереження універсальних ціннісних констант в їхній свідомості та набуття на їх ґрунті нових ціннісних домінант під впливом різноманітних факторів.

Наведемо ті необхідні методичні умови, яких необхідно дотримуватися, за словами О. І. Горошко, під час його проведення. По-перше, вкрай важливою є форма проведення експерименту (усна, усно-письмова або письмова / індивідуальна чи групова/масова) і спосіб представлення стимульного матеріалу. По-друге, має значення поведінка експериментатора, його експериментальні установки на проведення експерименту. Вище в попередніх параграфах ми докладно, спираючись на праці авторитетних учених) писали про необхідність проведення пропедевтичної бесіди (вказували ще різні її види і завдання кожного з видів) з реципієнтами та ін. По-третє, важливими є також умови проведення експерименту – місце, час, навіть погода тощо. По-четверте, особливо слід враховувати вплив на асоціації соціальних та психофізіологічних характеристик інформантів, зокрема їх психологічний стан під час проведення експерименту. По-п'яте, оброблення асоціативного матеріалу становить окрему складність і потребує залучення ефективних методів і методик для його подальшої формалізації та інтерпретації. Все це разом становить систему методичних умов, що впливають на достовірність

асоціативних даних і зроблених на цій основі подальших наукових висновків [Горошко 2005, с. 55].

Наступна методична умова, яка є вкрай важливою для більшої об'єктивності здобутих експериментальних даних, – це групова чи індивідуальна форми проведення ВАЕ. Спостереження показують, що індивідуальна форма є кращою, оскільки знімається серйозний фактор перешкод у вигляді реплік, висловлених уголос, або будь-яких інших поведінкових реакцій з боку інших учасників експерименту, що можуть вплинути на процес спонтанного асоціювання. Як правило, груповий / масовий експеримент проводиться з 10 – 20 інформантами, а рекомендований стимульний список не повинен перевищувати 25 – 30 слів. Груповий ВАЕ можна також проводити в усній і письмовій формах. Якщо експеримент проводиться письмово, то завчасно готується бланк із біографічними даними інформантів і укладається список стимульних слів. О.І. Горошко, попри рекомендації включати у список до ста стимулів за один сеанс, вважає, як показує її особистий досвід, що найбільш ефективно інформанти працюють зі списком близько 30 одиниць [Горошко 2005, с. 57].

При цьому дуже велике значення має експериментальна установка і пропедевтика небажаної поведінки інформантів (наприклад, запитання вголос пояснити ще раз інструкцію, коли вже розпочалася робота зі списком стимульних слів; нав'язування своїх асоціацій іншим інформантам тощо). Якщо завчасно не налаштувати інформантів, то непередбачувана поведінка інформантів може спотворити загальну картину одержуваних результатів [Горошко 2005, с. 58].

І ще дуже важлива проблема, яка і донині дискутується в середовищі психолінгвістів, – це віковий склад інформантів. Тут цілком згодні з О.І. Горошко, яка також підтримує Ю.М. Караулова, який вважає, що “віковий склад інформантів не має перевищувати 17-25 років, оскільки становлення мовної особистості у цей період в основному завершується, а, значить, в асоціаціях буде відображено сформовану когнітивно-мовну здатність



учасника експерименту. Учений стверджує, що словниковий запас (тезаурус), ієрархія ціннісних категорій (що для цього дослідження є вкрай важливим і основним фактором для вибору вікових груп інформантів), прагматичні установки мовної здатності та її формально-комбінаторні можливості у більшості людей залишаються відносно стабільними протягом життя [Караулов, с. 192-193]. І саме це дозволяє уявити на кілька десятиліть вперед ядро мовної свідомості (переконані, що це і є константи мовної свідомості).

Звичайно, асоціативні реакції залежать від територіального проживання реципієнтів і їхнього професійного статусу. Усі ці методичні проблемні питання проведення ВАЕ продовжуть обговорюватися, а тому критерій оптимальних вимог до відбору контингенту для опитування і впливу мовної особистості на асоціативні норми ще далекий від свого остаточного і укладання/визначення (Горошко с. 59). Не є однозначною думка психолінгвістів і щодо кількісного складу інформантів. Наразі, за словами В.В. Левицького, утвердилася загальноприйнята методична практика, згідно з якою мінімально достатнім числом інформантів, що беруть участь в експерименті, вважається – 30, та все ж таки більш достовірні дані можна отримати, починаючи з реакцій, отриманих від 60 інформантів [Левицкий, с. 10].

Важливим також у переліку методичних умов, є етап систематизації даних, отриманих за реакціями інформантів. Для цього всі відповіді на кожне слово заносяться на один загальний аркуш. Угорі (у вигляді заголовка) записують стимул і число опитаних, які брали участь в експерименті. Потім на аркуші перераховуються "у стовпчик" все отримані реакції із зазначенням, кількості інформантів, що відповіли на певний стимул. Часом реакції впорядковуються за частотністю або в алфавітному порядку. Проте, останнім часом ці дані одразу вводяться в комп'ютерну програму [Горошко 2005, с. 59].

Але найбільшу проблему наразі становить етап оброблення отриманих асоціативних реакцій респондентів, яке останнім часом у найновіших працях

уже виконується не механічно, а за допомогою як додатних для цієї процедури наявних комп'ютерних програм, так і за допомогою нових, спеціально розроблених для її виконання. Не вдаючись докладно до аналізу розроблених в інших країнах комп'ютерних продуктів як для проведення асоціативних експериментів, так і для опрацювання їх результатів, які наводить у своєму дослідженні О.Ф. Загородня ("The Edinburgh Associative Thesaurus (EAT)"; База асоціативних норм Д. Нельсона – Т. Шрейбера (1998 р.); "Система проведення інтерактивного асоціативного експерименту, 2007 р.", "Web-сервіс для візуалізації асоціативних та семантичних мереж, 2008 – 2009 рр." та ін.), підсумуємо результати роботи в цьому напрямі Української школи психолінгвістики, знову ж таки, покликаючись на спостереження цієї дослідниці [Загородня 2018, с. 77-78].

Наявні в Україні асоціативні словники містять асоціативні поля стимульних лексем лише з простим кількісним підрахунком випадків отримання реакцій чоловіків і жінок (частотністю реакцій – С.В. Мартінек [116, 117]. І як зазначає О.Ф. Загородня, у секторі української асоціативної лінгвістики бракує ефективних інструментів для аналізу асоціативних полів стимулів, і тому комплексне статистичне опрацювання результатів ВАЕ практично не знаходить втілення.

Але певний прогрес у цьому секторі все ж таки спостерігається. "Новим на українському ІТ ринку пакетом статистичного опрацювання інформації є система TABLEU, але, за словами дослідниці і за нашими спостереженнями, скористатися послугами цих пакетів і використовувати їх для тривалих досліджень з накопиченням експериментальних даних майже не можливо, оскільки безкоштовні версії надто обмежені у часі (не більше 30 днів). З огляду на це, використання TABLEU окремими науковцями, які проводять локальні дослідження малого чи середнього масштабу, досить сумнівне" [Загородня 2018, с. 79-80]. Саме ці обставини спонукали О.Ф. Загородню до створення програмного продукту (КС "STIMULUS") для

автоматизованого опрацювання великих масивів даних асоціативного експерименту, який є доступним та гнучким у використанні.

Оскільки цей програмний продукт поки що є єдиним в Українській психолінгвістиці (вперше розробленим, описаним і успішно апробованим в її кандидатській дисертації “Асоціативні поля суспільно-політичної лексики в мовній картині світу українців (комп’ютерне опрацювання результатів психолінгвістичного експерименту)”, 2018), то плануємо скористатися його забезпеченням для опрацювання результатів асоціативного експерименту, який наразі проводимо з британцями й українцями (студентами ВНЗ) з метою отримання реакцій на слова-стимули, які є ключовими позначеннями ціннісних доменів мотиваційного континууму їхніх аксіоконцептосфер [Загородня 2018, с. 81].

Сама авторка пише, що “багатофункціональність, універсальність та висока адаптивність KCS до завдань кожного дослідження дозволяє використовувати цю систему у цілому ряді напрямів лінгвістичної науки, серед яких, за її словами, дослідження асоціативного гештальту концепту, його актуалізованих та прихованих компонентів; реконструкція фрагментів мовних картин світу; вивчення національно-культурних цінностей народу і ціннісних орієнтацій окремої особистості тощо [Загородня 2018, с. 81-82].

“Цей комп’ютерний продукт складається з двох модулів: 1) модуль баз даних експериментів та 2) модуль аналізу даних. Модуль баз даних містить компоненти введення, перегляду та зв’язку даних. Модуль аналізу даних містить компоненти фільтру, аналізу мовної картини світу (для нас аксіоконцептосфери) та аналізу стимулів. Кожний компонент складається з окремої процедури, звертання до якої в програмному продукті характеризується окремим значенням спеціального ідентифікатора. У кожній з процедур використано створені у KCS бази даних респондентів, стимулів та реакцій. Математичний апарат для статистичних розрахунків заснований на статистично-математичних відношеннях, частково викладених у вже згаданих нами працях О.І. Горошко [Горошко 2001]. Застосовано, зокрема,

статистичні відношення обчислення частки до цілого, обчислення ентропії реакцій (міри стереотипності асоціативного поля) за формулою К. Шеннона, можливість визначення індексу яскравості реакцій (міри семантичної близькості стимулу, відомої як індекс Ю.Д. Апресяна), формула структурування асоціативного поля на ядро і периферію (Г.П. Клименко), формули обчислення індексів пейоративності та меліоративності конотацій стимулів як відношення частки пейоративних / меліоративних реакцій до загальної сукупності асоціатів на стимул тощо” [Загородня 2018, с. 80-81].

О.Ф. Загородня описала дії користувача, які складаються з трьох операційних етапів: 1) підготовчого; 2) практичного; 3) аналітичного.

“Підготовчий етап роботи з KCS – формування баз даних, необхідних для опрацювання реакцій респондентів (асоціатів). На підготовчому етапі досліднику доступне виконання таких процедур:

1) створення бази даних стимулів (введення стимульного матеріалу в корпус програми із зазначенням мови стимулу та присвоєння порядкового номеру-коду);

2) формування списків стимулів (перетворення переліку стимульного матеріалу, розташованого за алфавітом, у списки за порядковими номерами відповідно до номерів пред’явлення респондентам; цей компонент полегшує роботу з отриманими анкетами респондентів);

3) формування бази ЛСВ або сем слів-стимулів та бази компонентів асоціативного гештальту стимула (Д. І. Терехова), семантичної сфери реакції (Т. Є. Недашківська). Цей модуль KCS є гнучким і може бути доповнений новими компонентами значення одиниць-стимулів на практичному етапі у разі необхідності;

4) формування баз типів асоціативних зв’язків S – R (одночасно доступне введення двох класифікацій асоціативних зв’язків S – R, обраних користувачем KCS для виконання необхідних завдань дослідження).

Практичний етап роботи з KCS – це процедура опрацювання анкет респондентів, внесення інформації з анкет у комп'ютерну систему. Дослідник виконує такі процедури:

1) формує базу респондентів: вносить персональні дані респондента (внесення у “програму” системи відповідей-реакцій на обраний стимул);

2) обирає № списку стимулів, за яким система надаватиме стимули один за одним за порядковими номерами списку автоматично;

3) вводить дату анкетування;

4) вносить реакцію респондента на відповідний стимул;

5) обирає мову реакції (а також опції “Знаки, символи”, “Відмова асоціювати”, “Омографи”);

6) обирає ЛСВ та семантичну сферу (компонент асоціативного гештальту) реакції;

7) обирає тип асоціативного зв'язку  $S - R$  за введеними класифікаціями;

8) присвоює оцінку конотаціям реакції (асоціату) окремо та асоціативного зв'язку  $S - R$  за шкалами “-1/0/1” (для асоціатів) та “-1/-1У (умовно негативний асоціативний зв'язок  $S - R$ )/0/1У (умовно позитивний асоціативний зв'язок  $S - R$ )/1” (для асоціативного зв'язку  $S - R$ ).

Аналітичний етап роботи з KCS є – це пред'явлення дослідникові результатів опрацювання даних асоціативного експерименту системою KCS. Цей етап включає як відображення коефіцієнтів та статистичних показників, так і візуальне супроводження аналізу: побудовані графіки, діаграми, площини координат, які характеризують специфіку асоціативних полів.

Дослідникові доступні такі можливості аналізу:

1) визначення змісту асоціативного поля стимулу, його ядра та периферії, показників частотності реакцій (міри семантичної близькості або індексу яскравості асоціації);

2) визначення загальної кількості реакцій та кількості різних реакцій на стимул;

- 3) визначення коефіцієнта стереотипності асоціативного поля стимулу;
- 4) визначення структури асоціативного поля стимулу за допомогою кількісного та якісного аналізу;
- 5) визначення мовного наповнення асоціативного поля;
- 6) визначення характеру та динаміки конотацій стимулів;
- 7) визначення семантичних домінант, у нашому випадку аксіоконцептосфери;
- 8) визначення оцінного сприйняття ціннісних домінант мовною свідомістю респондентів;
- 9) визначення впливу екстралінгвістичних чинників на мовну свідомість респондентів.

Дослідження впливів персональних характеристик респондентів на сприйняття ними стимульної лексики реалізується у KCS за допомогою встановлення фільтрів на операційні бази даних. Завдяки встановленню фільтра залежно від мети дослідження, науковець має можливість аналізувати стимули за всіма вищеописаними параметрами, проте на автоматично відсортованому KCS матеріалі” [Загородня 2018, с. 82-86].

Цілком згодні з авторкою розробленої і надзвичайно потрібної і ефективної для психолінгвістичних досліджень Інформаційно-аналітичної системи опрацювання результатів асоціативних експериментів “STIMULUS”, яка є, за її словами, достатньо потужним, доступним, багатокритеріальним, гнучким інструментом роботи з даними асоціативних експериментів у дослідженнях асоціативних полів окремих концептів і цілих фрагментів мовних картин світу, а також механізмів реконструкції мовної свідомості” [Загородня 2018, с. 88].

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.

У роботі “Психолінгвістика Інтернет-комунікацій” вона пропонує “проведення психолінгвістичних експериментів через мережу Інтернет [...] і перевірку достовірності одержуваних результатів”. За об’єкт дослідження була обрана асоціативна методика, а предметом – особливості проведення цієї методики через мережу Інтернет, тобто форма її проведення” [Горошко 2018 стор. 6].

“Її дослідження було організоване у двох групах студентів, одна група студентів брала участь очно, а інша – дистанційно через мережу Інтернет (бланки були розміщені на дистанційному сервері університету). Заповнювати анкети студенти мали можливість самостійно у вільний час” [Горошко 2018 стор. 8]. 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 результати ланцюгового експерименту. Ланцюговий експеримент є найскладнішим як у плані інтерпретації матеріалу, так і щодо первісного оброблення його результатів. І в цьому випадку форма проведення – через Інтернет – значно полегшує роботу і скорочує час, що витрачається на опрацювання його результатів” [Горошко 2018 с. 10].

Важливі також припущення зробила О. І. Горошко щодо такої складної процедурної методики, якою є асоціативний експеримент (усі його типи). Вона спростувала наявні аргументи про неможливість взагалі його проведення 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 асоціативних експериментів [Горошко 2018, с. 11].

Р.М. Фрумкіна у своїх дослідженнях представила етапи проведення будь-яких асоціативних експериментів (з деякими нашими 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 проблематики для проведення експерименту, постановка мети і загальних завдань дослідження;

б) формулювання набору гіпотез (припущень, які треба експериментально перевірити);

в) формулювання основної робочої гіпотези і 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 с.19-20]. Кожен етап, у свою чергу, передбачає застосування різноманітних процедурних методик та інструментів для їх виконання й опрацювання результатів. Вочевидь стають зрозумілими переваги комп'ютеризованого шляху проведення асоціативних експериментів та опрацювання їх результатів.

І ще одна важлива проблема, яка дискутується, – це ступінь достовірності здобутих результатів, який, на думку Р. М. Фрумкіної, можна перевірити, наприклад, збільшенням стимульного списку для подальшої перевірки отриманих реакцій або збільшенням кількості опитуваних. І, якщо, наприклад, при збільшенні кількості реципієнтів результати суттєво не змінилися, то вони є науково доведеними [Фрумкіна с. 20]. До важливого об'єктивного наукового параметра дослідниці 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, саме ця процедура є більш ефективною при автоматичній фіксації цього дослідницького процедурного процесу. Чому ця процедура є такою важливою? Як уважає 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 с. 31]. Правильно 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 с. 189]. 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, покладено в основу розробки, необхідності й доцільності застосування загальноприйнятих методів дослідження установок і цінностей шляхом опитування, інтерв'ювання й анкетування.

Щоправда, звертаючись до відповідей в анкетах, дослідник має справу 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, М.О. Шутова та ін.). Це означає, що відповіді інформантів залежать від усвідомлюваного розуміння того, про що в них запитують й аналізуючи яке дослідник так чи інакше зможе реконструювати й неусвідомлювані шари їхньої психіки [Фрумкіна с. 195].

Дослідниця виділяє такі типи асоціативних зв'язків:

- 1) смислова близькість, де в межах асоціативної відповіді є слово-синонім;
- 2) смислове протиставлення, де в межах відповіді є слово-антонім;
- 3) співзвучність (очевидно йдеться про омоніми);

4) опозиційні відношення “вищий-нижчий”;

5) партитивні відношення “частина-ціле” і “ціле-частина”.

Але проблема класифікації отриманих асоціативних реакцій продовжує дискутуватися серед психолінгвістів, переважна більшість з яких аналізує їх за двома типами відношень парадигматичними і синтагматичними (див. докладніше: Т.В. Бісовецька). 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 с. 92].

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. Посилаючись на деякі роботи (А. П. Клименко), 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 (речення) [Сахарный с. 93].

Насамперед, широкий когнітивно-матричний контекст (М.М. Болдирев) асоціативних зв'язків дав змогу дослідникам припустити, що у свідомості носіїв мови найменування упорядковуються в асоціативні поля і що зв'язки, наприклад, парадигматичного типу [...] – це лише один із цих складних відношень в асоціативному полі. У кожній мовній особистості асоціативне поле є індивідуальним утворенням за складом найменувань і за ієрархією зв'язків між ними. Актуалізація того чи іншого зв'язку у відповіді залежить від певної ситуації та інших факторів. На характері асоціацій позначаються також вік, географічні умови, професія людини, приналежність до певної лінгвокультури, нації тощо [Сахарный с. 93], тому при проведенні експерименту ці дані в анкеті є вкрай необхідними.

Звісно, що для об'єктивності моделювання асоціативних полів найменувань і вербалізаторів ціннісних концептів доцільним є аналіз групових/масових, а не індивідуальних відповідей-асоціатів. І прикладом тому є асоціативні норми й асоціативні словники. Норми складаються на основі масових/групових опитувань і називаються так саме тому, що фіксують очікувані в даній культурі і типові для неї відповіді.

## **2.5 Комплексна методика етносеміотричної параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців**

Для розробки методологічної бази, яка б дала змогу перевірити теоретичні гіпотези дисертації, сформульовані в першому розділі, було проаналізовано методологічний стан лінгвокультурної концептології як науки, яка, з одного боку, накопичила достатній методичний досвід для вивчення своїх об'єктів (У.А. Марчук, М.В. Пантелей, З.Д. Попова, Г.Г. Слишкін, Й.А. Стернін В.Г. Токарев та ін.), а з іншого, – продемонструвала достатньо слабкі її сторони (див. С.Г. Воркачов), з поміж яких: по-перше, недосконале визначення структури лінгвокультурного концепту та, як наслідок, квазінаукова таксономія ієрархії його компонентів, яка була спровокована недооцінкою онтології власне “ціннісного/аксіологічного концепту” і штучністю виділення (лише на синхронному зрізі) однієї з його складових, розтиражованих у численних дослідженнях під назвою “ціннісний шар (ціннісна зона/складова) концепту” (див. про це: Т.С. Семегин, Н.О. Стефанова та ін.); по-друге, відсутність і донині науково аргументованих критеріїв для розробки типології лінгвокультурних концептів (В.А. Маслова); по-третє, відсутність надійних параметрів для виявлення їх конститутивної та смислоутворюваної функцій у концептосфері етносу з огляду на розуміння останньої як аксіологічно-мотиваційного континууму загальнолюдської культури загалом і кожної національної культури зокрема.

Ці ключові питання є засадничими в методологічній епістемічній площині даної дисертації, для ефективного вирішення яких потрібна розробка нової комплексної методики аналізу мотиваційного континууму аксіоконцептосфер, що обов'язково має будуватися, як ми уже переконалися вище, на вдалому поєднанні нових когнітивно-лінгвокомпаративних і експериментальних методів і методик вивчення об'єкта наукової рефлексії.

З позицій розробленої теоретичної платформи та її методологічної бази ще раз обґрунтуємо вибір адекватних методів і методик аналізу (обов'язково й експериментальних) для вивчення і досі дискусійного поняття лінгвокультурної концептології, яким є лінгвокультурний, а в нашій термінології (за В.І. Карасиком, що оперує поняттям "ціннісна картина світу"), "ціннісний концепт" [Чекулай, Прохорова 2016].

Виходячи з загального розуміння культури (Межуев 2006 та ін.) як **системи цінностей**, притаманної кожному народові; як способу мислення й образу дій; як штучно створеного людиною за допомогою мови, мислення і символічних значень **середовища** (яке у роботі витлумачено як **мотиваційний континуум аксіоконцептосфери**), вважаємо, що це розуміння цінностей дає підстави уважати "ціннісний концепт" адекватним синонімом для терміна "лінгвокультурний концепт" як результат і колективного, й індивідуального ментального відображення у свідомості представників (-ка) певної культури цієї системи.

Якою є організація системи цінностей у британській й українській національних культурах, спробуємо дослідити за допомогою відповідного методичного інструментарію.

Найкраще, на нашу думку, широкий погляд на сутність цінностей представлений у роботах Л. Столовича, в яких він, міркуючи, пропонує визначення аксіосфери як терміна на позначення, з одного боку, світу цінностей, а з іншого, – як дефініції, у формулюванні якої йдеться про систему понять, що виражають ціннісне ставлення до світу: чи то як "ідеал загальних цілей самих по собі (розумних істот)" (І. Кант); чи то як

трансцендентальні цінності неокантіанців або "буття цінностей як ідеальних сутностей" (Н. Гартман); чи то якийсь "третій світ" згідно з ідеями К. Поппера; або буття цінностей, засноване на "Царстві Божому" (М. О. Лоський); чи то як світ людської свободи в явищі (І. К. Ф. фон Шіллер); або як сфера "смислів" (О.Ф. Лосев), аспект соціокультурної реальності [...] тощо, зазначимо, що аксіосфера як складне синергетичне утворення складається з цінностей, перш за все, в їх об'єктивному бутті, і підкреслює онтологічний аспект ціннісного ставлення до світу [цит. і посилання в ній на прізвища за пр.: Stolovich 1988].

Але питання "цінності буття" й "буття цінності" філософи продовжують обговорювати і дотепер, бо ще засновник "філософії цінностей/аксіології" Г. Лотце протиставляв "світ цінностей" і "світ явищ" і, відповідно, розрізняв буття речі та її ЗНАЧИМОСТІ (Gelten). І в цьому плані цілком погоджуємося з Г. Ріккертом, який уважав, що "цінності не є дійсністю: ані фізичною, ані психічною. Суть їх полягає в їхній ЗНАЧИМОСТІ, а не у фактичності" [Ріккерт 1995].

Приймаючи погляд Л. Столовича на *об'єктивне* (що характеризує цінність, буття цінності та цінність буття) й *суб'єктивне* (як усвідомлення цього буття) значення цінностей, які утворені у результаті *практичної взаємодії* об'єкта і суб'єкта, під час якої виявляються об'єктивні ціннісні ЗНАЧИМОСТІ об'єкта безпосередньо для суб'єкта, що може бути як індивідуальною особистістю, певною соціальною спільнотою, так і цілим людством. У зв'язку з цим цінності можуть бути *індивідуальними, груповими (чи колективними) і загальнолюдськими* [Stolovich 1988].

І з такої загальної типології цінностей випливає висновок про неоднорідність і внутрішнє різноманіття аксіосфери, компоненти якої перебувають в системно-синергетичних (холістичних) відношеннях. Це означає, що "аксіосфера" включає, по-перше, світ цінностей (як б його не трактували); по-друге, суб'єктивну реальність ціннісної свідомості у вигляді ціннісних уявлень, оцінок, смаків, ідеалів, норм, канонів, зразків; по-третє,

результати творчої діяльності, що відображає об'єктивні цінності й завдяки ціннісній свідомості творить нові цінності. Припускаємо, що складна синергетична конструкція аксіосфери, яка є світом цінностей – ціннісною свідомістю у вигляді ціннісних уявлень, канонів, зразків тощо, науково об'єктивно корелює загалом з поняттям концептосфери як складної взаємодії концептів кожної культури (див. перший розділ дис.), а тому приписуємо першій концептуальний характер і розширюємо термін аксіосфера, запропонований Л. Столовичем, до такої дескрипції, як **аксіоконцептосфера** – середовище побутування **ціннісних концептів** культури, або **лінгвокультурних** концептів.

Уважаємо, що наразі в лінгвокультурній концептології (про вже неодноразово наголошувалося) склалися всі передумови для перегляду, виділення і, відповідно, позначення компонентів структури концепту. А тому головне завдання лінгвоконцептологів полягає в необхідності розробки нових методів для аналізу цих компонентів з нових теоретико-методологічних позицій, за допомогою яких вдасться довести, що концепт онтологічно є ціннісним синергетично-комплексним утворенням, а тому виділення в ньому ціннісної зони лише як компонента його структури спрощує ментальну й панхронічну (глибоко діахронічну, етимологічну, історичну й сучасну) його природу. Переконані, що поняттєвий компонент, традиційно постульований в усіх працях як ядерний шар концепту, в онтологічному плані вже є ціннісно ЗНАЧИМИМ, адже ментальний його характер полягає в тому, що концепт є ціннісним і для індивідуальної особистості, і для колективної свідомості, і для загальнолюдської культури в цілому, особливо, якщо розглядати його на тлі різних культур. За інших умов таке утворення не може вважатися концептом взагалі.

Наведемо аргументи для такого наукового припущення, яке є принциповим і серйозним новим кроком у вивченні структури концептів, у результаті визначення якої можна буде розробити оптимальні критерії для їх типологічної таксономії. Отже, головна нова теза лінгвокультурної

концептології – це положення про те, що всі концепти лінгвокультури є ціннісними, оскільки дискусія щодо їх ментального характеру є завершеною і доведеною.

Таке послідовне логічне пояснення останнім часом знаходимо в багатьох працях. У колективній статті “Ценностный фактор и специфика мировосприятия народа (на материале анализа лингвокультурных концептов)” її автори (А. М. Ткачук, Т. М. Куренкова, Т. В. Стрекальова) пишуть про те, що “ціннісні категорії лежать в основі формування інтересів і мотивації, надаючи останнім певної спрямованості. А тому система цінностей є основою культури, яка нормативно визначає поведінку людей. Кожній культурі властивим є певний ступінь нормативності. Низький ступінь веде до дезорганізаційних процесів у суспільстві, надлишковий – обмежує свободу, творчість, тобто веде до стагнації. І це є свідченням того, що в кожній культурі складаються властиві їй ціннісні й регулятивні парадигми, тобто культурні цінності, які впливають на свідомість індивіда. У зв'язку з цим цілком поділяємо також думку Л. Февра, на яку посилаються дослідники вище зганої статті, у тому, що культура і традиція, мова, спосіб життя, релігійна віра тощо утворюють таку собі своєрідну **матрицю**, в рамках якої формується **ментальність**. Епоха, в яку живе індивід, накладає відбиток на його світосприйняття, формує в нього певні форми психічних реакцій і поведінки, і ці особливості духовного надбання виявляються в колективній свідомості [...] народу” [Февр 1991].

А оскільки лінгвокультурні концепти, або ціннісні концепти культури, є ментальними утвореннями, то кожен з них становить субматрицю ціннісно-образного сприйняття певного фрагмента дійсності, яка через складні її відношення з іншими субматрицями (концептами) утворює мотиваційний континуум загально-ціннісної матриці, якою є аксіоконцептосфера. І основне методологічне завдання сучасної когнітивної семантики полягає в тому, щоб розробити адекватний і ефективний інструментарій для реконструкції

механізмів вербалізації ментальних структур, тобто ціннісно-образних концептів у результаті пізнання світу носіями кожної мови.

Визначаючи ціннісний концепт як багатовимірну смислову структуру національної свідомості і як базову одиницю культури, є всі підстави говорити про те, що він має історично-зумовлений характер, ментальні витоки якого для британської й української етнокультур сягають ще індоєвропейської доби, коли закладалися цінності індоєвропейців, що становили їхні ментальні константи, які генетично були успадковані як позасвідомі архетипи нащадками прагерманців і праслов'ян, а потім і британців й українців на різних етапах їх етносоціалізації. І якщо прийняти думку В.І. Карасика про те, що ціннісну картину світу (тобто аксіоконцептосферу) можна реконструювати в мові за допомогою аналізу оцінних суджень, що співвідносяться з правовими, релігійними, моральними системами і кодексами, а також загальноприйнятими традиціями народів різних країн, то спершу в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери як синергетичній системі мають підлягати реконструкції ті ціннісні категорії, які були визначені ще античними мислителями та подальшими поколіннями філософів, насамперед, TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ (див. п. 1.1 першого розділу дис.). Ці категорії, які спочатку розглядалися як власне філософські, а згодом заклали основи цілих наук – логіки, етики, естетики, наразі уже витлумачуються як базові когнітивні категорії, що, на думку Мещерякової, формують ціннісну картину світу – систему ЗНАЧИМИХ пріоритетів у житті людини [Мещерякова 2007, с. 88] та й соціуму загалом і є об'єктами вивчення такої науки, як аксіологія. Трансформувавшись із категоріального (логічно-класифікаційного) статусу в концептуальний (пізнавальний), ці ціннісні утворення набули в кожній культурі ментального характеру і стали її ціннісними концептами, які за їхньою належністю до певної сфери науки чи сфери буття/навколишнього середовища (і це має бути основним таксономічним критерієм у загальній типології концептів) диференціюються



на логіко-філософські (TRUTH / ІСТИНА), морально-етичні (GOOD / ДОБРО), естетичні (BEAUTY / КРАСА), гедоністичні (BENEFIT / КОРИСТЬ).

Оскільки мотиваційний континуум аксіоконцептосфер – це і є ціннісна картину світу, яку витлумачуємо як складноорганізовану систему, то її аналіз методологічно слід починати з розуміння устрою подібних систем, що побудовані на синергетичних відношеннях їх елементів, що відповідають принципу холізму. Звісно, що відношення в цій системі будемо розглядати спершу між чотирма ціннісними концептами: TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ.

Спираючись на думку А.П. Валицької, яка з позицій теорії систем (системології) намагалася пояснити відношення між елементами аксіосфери, зазначимо, що остання організована за принципом, як уже вище згадувалося, холізму, відповідно до якого всі елементи системи утворюють її ціле, сутність якого не зведено до властивостей складників цих елементів. Щодо саме аксіосфери будь-якої культури, то дослідниця пише, що вона складається з різних видів цінностей, які утворюють ціле (структуру) не на основі сукупності характеристик їх елементів, а за допомогою складних відношень між ними. І, виходячи з характеристик холістичної (синергетичної) системи, найвищим її типом є такий, якому притаманні, принаймні, 5 основних параметрів: складна ієрархічна організація; внутрішнє і зовнішнє функціонування; саморегуляція на основі зворотного зв'язку; здатність змінюватися, зберігаючи якісні властивості; історична динаміка [Валицкая 2013, с. 5-14].

Перевірку відповідності цим параметрам відношень між основними системо- і смислоутворювальними ціннісними концептами TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери буде виконано за допомогою придатних для цієї процедури методів і прийомів, насамперед, *методів когнітивної лінгвокомпаративістики, зокрема методу діахронічного коментаря*

*етимологічних версій первісних значень імен цих концептів в англійських та українських етимологічних джерелах (із залученням словників індоєвропейської етимології, наприклад, Ю. Покорного), який дасть змогу проаналізувати їх відновлений прамовний семантичний стан на основі реконструйованих у словниках етимонів (форм) і архетипів (образів – змісту) та виявити вже на цьому глибинно-діахронічному, а подеколи панхронічному рівні первинні ціннісні смисли – етимологічне ціннісне ядро (див. М.Ф. Алефіренко, Ю.С. Степанов, О.О. Черхава та ін.) кожного концепту. У результаті операційних процедур цього першого методичного кроку буде змодельовано складну ієрархічну організацію між первісними семантичними структурами імен досліджуваних ціннісних концептів в їхньому відношенні до біологічних, соціальних й індивідуальних потреб/інтересів людини, а також визначено семні складники цих архетипних значень, які вже тоді на рівні образних первісних наївних уявлень про ці поняття заклали основу для подальшої таксономії первісних ціннісних смислів на *індивідуальні, групові (колективні) й загальнолюдські* в їхній синергетичній взаємодії. Звісно, що тут буде обов'язково залучено *методику компонентного аналізу* як складову *структурного методу*, бо лише семний аналіз є надійним інструментом для виконання подібної процедури.*

Припускаючи, що аксіоконцептосфера є синергетичною системою, можна говорити про ще один її параметр – фрактальність (самоподібність). Якщо врахувати, що структура цінностей (аксіоконцептосфери) особистості/індивіда подібна до структури аксіоконцептосфери колективу й культури в цілому, з якими пов'язана ця особистість, то очевидним стає ефект структурної подібності аксіоконцептосфери людини як мініфракталу з аксіоконцептосферою групи / колективу як макрофракталу і аксіоконцептосфери культури як максіфракталу. Для демонстрації цих складних фрактальних відношень між первісними значеннями імен ціннісних концептів TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ буде залучено *метод матричного моделювання*, який дасть змогу

побудувати схему партитивних відношень між первісними ціннісними смислами: індивідуальними, колективними й загальнокультурними одного концепту (за моделлю частина-ціле: мініфрактал-макрофрактал, мініфрактал-максіфрактал, максіфрактал-макрофрактал), а потім у зв'язках з іншими концептами незалежно від порядку їхнього аналізу. Цей процедурний крок є другим етапом процедурного дослідження мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців.

Наступний етап пов'язаний з виявленням національно-ціннісних доміант британської й української аксіоконцептосфер та етапів стабілізації цієї системи (бо трансформація констант і набуття чи формування нових цінностей зумовлюють коливання у системі), яка є динамічною, змінюваною в різні історичні епохи розвитку. У найпростіших системах, як вважають О. М. Князева і С. П. Курдюмов, мають місце найбільш яскраво виражені просторові коливання: високі піднесення й сильні спади. І чим більш високорозвиненою є система, тим сильнішою є її нелінійність, тим менш виражені її коливання, тобто тим більш стійкою вона є. У складноорганізованих нелінійних системах, якою є аксіоконцептосфера, коливання стають частішими, а їх амплітуда зменшується. І тоді складна система начебто сама себе стабілізує шляхом досягнення єдності й гармонії поєднаних в ній частин і елементів [Князева, Курдюмов 1994, с. 64]. Аксіоконцептологічний регулятор сфери культури гармонізує її макросистему, тобто її макрофрактал.

Для виявлення механізмів гармонізації аксіоконцептосфери в періоди її коливань і трансформацій ціннісних парадигм досліджуваних лінгвокультур здійснюємо аналіз шляхів розвитку сучасної семантичної структури імен ціннісних концептів TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ, а також всіх можливих їх дублетів, виражених синонімами цих імен, у тлумачних словниках англійської і української мов та словниках синонімів (формуємо також для кожного синоніма-імені концепту семантичну структуру) і зіставляємо їх структури з первісною структурою

ціннісних смислів. На базі сучасних ЛСВ лексем англ. *truth, good, beauty, benefit* / укр. *істина, добро, краса, користь* та їхніх синонімічних назв формуємо концептуальні ознаки і встановлюємо з-поміж них ціннісно навантажені, простежуючи їх зв'язок з першими ціннісно-концептуальними смислами або фіксуємо їх відсутність і набуття під впливом нових соціально-історичних факторів виникнення нових ціннісних ознак. Цей методичний крок покаже, як відбувалися коливання в аксіоконцептосфері й актуалізувалися національно-ціннісні домінанти в певний період розвитку британського й українського соціумів і які цінності збереглися як загальнолюдські, а також як етнічні константи/архетипи. Тут залучаємо *семантико-когнітивний метод*, який дасть змогу реконструювати ціннісний компонент семантики кожного ЛСВ вказаних лексем та їх синонімів, а також розкрити характер концептуально-матричних відношень між ціннісними смислами досліджуваних концептів кожної лінгвокультури, їх перехресні зв'язки як у мотиваційному континуумі національної концептосфери, так і міжкультурні синергетичні перетини, пов'язані зі збереженими в мовній свідомості британців і українців індоєвропейськими ціннісними константами. Це є третім методичним етапом у дослідженні шляхів формування ціннісних систем британців і українців, який сприятиме початковому формулюванню припущення про те, що аксіоконцептосфери британської й української лінгвокультури є синергетичними системами, що мають свою когнітивно-матричну структуру і джерела (мотиваційні сфери) саморозвитку.

Будь-яка система, що саморозвивається, на думку Л.В. Лєскова, має структурну основу (у даному разі етимолого-семантично-концептуальне ядро), в якій закладено потенціну здатність до встановлення складних нелінійних відношень з усіма її складовими частинами, забезпечуючи її функціонування як цілого. З цього випливає висновок про те, що ціннісна система має об'єктивну необхідність у її структурі [Лєсков 2004, с. 14-36]. Якщо врахувати, що елементами аксіоконцептосфери кожної лінгвокультури є екзистенційні / буттєві, етичні, релігійні, естетичні, політичні та ін.

цінності, мотивовані біологічними, соціальними й індивідуальними потребами/інтересами людини/колективу, то припускаємо, що в якості структури тут виступає мотиваційна система форм суспільної свідомості: релігія, мораль, право, мистецтво, наука, філософія тощо. Виходячи з цих припущень, аксіоконцептосферу визначаємо як мотивовану / мотиваційну складноорганізовану систему, яка повсякчасно саморозвивається (а тому її безперервна динаміка розглядається як мотиваційний континуум) і ядром якої є сформовані у первісній свідомості ще індоєвропейців уявлення про такі поняття, як TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ. Результати застосування процедурних методик на першій стадії її дослідження дають очевидні підстави для важливого попереднього припущення про те, що в ході історії розвитку людства ця система, одного разу сформувавшись, залишається непорушною і сьогодні, проте з домінуванням національних цінностей у кожній лінгвокультурі на різних етапах розвитку. Основна функція структури, що організує аксіоконцептосферу, полягає в забезпеченні внутрішньої стійкості, високого ступеня матрично-ментальних холистичних зв'язків (семантико-генетико-концептуальних, фрактально-партитивних, семантико-когнітивно-мотиваційних) всіх її компонентів. З цієї головної її функції випливає основний параметр аксіоконцептосфери лінгвокультури – цілісність. Структура аксіоконцептосфери демонструє мотиваційні відношення між її компонентами, тобто типами і видами цінностей, маркованих ціннісними концептами TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ та їхніми синонімічними варіантами. Наведені попередні аргументи ще раз переконують у тому, що аксіоконцептосфера лінгвокультури є мотиваційною синергетичною системою.

Друга методична стадія, зокрема її перший етап передбачає вибір критеріїв для класифікаційної таксономії цінностей на загальнолюдські, національно-культурні (колективні) та індивідуальні. До першого типу відносять найважливіші життєві істини, шедеври світового мистецтва, стійкі

норми моралі тощо. А тому не випадково, що античні мислителі та філософи подальших поколінь розглядали їх на базі таких категорій цінностей, як TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ. Вочевидь, що найголовнішою істиною є усвідомлення цінності життя, яке становить головну відмінність розуму людини від розуму тваринного світу і є базисною цінністю будь-якої культури. Зрозуміло, в різні часи цінність життя була різною, і вона стрімко зростає як цінність із розвитком людства, і не можна заперечувати її ключову роль у формуванні людини. Національні цінності є більш конкретними й матеріалізованими, ніж загальнолюдські цінності, адже вони утворюють специфіку кожної етнокультури. Зрештою, до індивідуальних цінностей належать ідеї і предмети, важливі для окремої людини, джерелом яких є як соціокультурне середовище, так й індивідуальні артефакти: матеріальні, духовні, природні .

Виходячи з цього, реконструкцію механізмів концептуалізації поняття “цінність” загалом слід починати з процедури компонентного аналізу лексем англ. *value* / укр. *цінність* разом із дефінітивним аналізом, результати якої сприятимуть подальшому виявленню механізмів категоризації і концептуалізації уявлень британців і українців про “цінність”. З цією метою варто простежити шляхи формування семантичної структури лексем англ. *value* / укр. *цінність* і встановити її співвідношення із тими ЛСВ семантичних структур імен базових концептів TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ, які мають ціннісний компонент семантики. Важливо простежити на цьому етапі ступінь вияву архісеми ‘цінність’ у вигляді різних сем у семантичній структурі як імен ціннісних концептів, так і їхніх синонімів.

Для подальшого здійснення зіставної інтерпретації – важливої процедурної операції зіставно-типологічного методу – обираємо найбільш оптимальний погляд тут уже не власне філософів, хоча базою є вже колись філософські концепції розуміння цінностей (зокрема синергетична типологія загальнолюдських, національно-культурних (колективних) та індивідуальних

цінностей А. Х. Маслоу та інших філософів, яка ґрунтується на ієрархії людських потреб: *біологічних, соціальних і духовних* [Maslow 1954]), а, передовсім, лінгвістів, зокрема погляди тих учених, які є дотичними до розроблюваної ідеї цього дослідження.

Тотожних поглядів на цю категорію дотримуються С. Н. Виноградов (який розглядає цінність як “ідеальне утворення, що становить важливість предметів і явищ реальної дійсності для суспільства, індивіда, виражене в різних проявах діяльності людей”) [Виноградов 2007, с. 93]; О.А. Чернявська (для якої цінності – це сформовані уявлення про значення якогось об'єкта для суб'єкта) [Чернявська 2001]; М. Ф. Алефіренко (для якого наведені попередні погляди на цінність виявляються різновидом значення) [Алефіренко 2013, с. 99] і, зрештою, Є.Ф. Серебренникова (яка розуміє цінності як знакові утворення – матеріальні й не-матеріальні явища культури, що мають **ЗНАЧИМІСТЬ** для представників певної культури) [Лингвистика... 2012].

З огляду на таку типологію цінностей другий етап параметризації цінностей, пов'язаний із аналізом структури гіперконцепту ЦІННІСТЬ, складниками якого є ціннісні концепти TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ, має відбуватися через процедуру вимірювання ступеня Інтересу (мотивованого біологічними, соціальними й індивідуальними потребами) до цінностей з боку людини й соціуму, потім Порядку їхньої Значимості для них й, відповідно, отримання Результату (задоволення). У цьому разі найбільш ефективним і продуктивним є *метод концептуальної профілізації*, який дасть змогу побудувати складно-холістичні когнітивно-матричні мережеві відношення гіперконцепту ЦІННІСТЬ з його ціннісними концептами у рамках когнітивних доменів Інтерес, Порядок, Значимість і Результат (див. про це докладніше: [Чекулай 2006]).

За підтримки інструментів онтоаналізу, зокрема *дименціонального методу В. Франкла* [Frankl 1987], можна установити відношення між різними гранями людського буття, які в синергетичній організації мотиваційного

континууму аксіоконцептосфери будуть випромінюватися (профілюватися) у проекції біологічних, 2) соціальних та 3) індивідуальних потреб людини та крізь призму соматичного (здоров'я), психічного (задоволення) і ноетичного (смислу) профілів.

Когнітивний домен Значимість заснований на оцінці індивідом тієї чи іншої події, факту, явища тощо, яка, на думку Н. Д. Арутюнової, і є тим когнітивним актом, в результаті якого встановлюється ставлення суб'єкта до оцінюваного об'єкта з метою визначення Значення для його життя й діяльності [Арутюнова 1988, с. 341]. Про це пише й М. Ф. Алефіренко, для якого оцінка – це одна з форм існування цінностей і водночас процедура визначення користі, доцільності, доречності чого-небудь для людини, тобто позитивного або негативного її ставлення до чогось [Алефіренко 2013, с. 100]. Пов'язані ієрархічно з цим доменом інші базові домени Інтерес, Порядок і Результат дадуть змогу за допомогою оцінної концептуалізації впорядкувати ціннісні концепти в аксіоконцептосфері за бінарним принципом – позитивним / негативним операторами, наприклад, ДОБРО/ЗЛО, КОРИСТЬ/ШКОДА.

Третій етап є продовженням операційної процедури оцінного порівняння логічної подібності ціннісного об'єкта з іншим явищем за певною ознакою на основі *методу концептуальної інтеграції*, у результаті застосування якого вдасться виявити інтеграційні складні мережі організації мотиваційних континуумів британської й української аксіоконцептосфер, які відображатимуть профілі доменів тих ціннісних концептів, які інтегрувалися з інших предметних чи абстрактних сфер, набувши ціннісного значення, а, головне, бінарного характеру, що є головним принципом/критерієм для здійснення семіометричної діагностики негативної / позитивної *оцінки* цих концептів та їх вербалізаторів у кожній етнокультурі. Остання процедура передбачає залучення *методу оцінного шкалування*.

Говорячи про характер взаємодії гіперконцепту та ціннісних концептів всередині профілів і проекцій кожного когнітивного домену – Інтерес,



Порядок, Значимість і Результат, погоджуємося із Є. Г. Хомяковою, яка розглядає ці мережеві відношення або як парадигмальні, або як кластерні [Хомякова 2017]. Парадигмальний рівень репрезентації ціннісних концептів характеризується залежністю і наявністю причинно-наслідкових зв'язків між концептами, які утворюють так звану ціннісно-концептуальну парадигму на базі гіпер- або породжувального концепту і є його похідними. Гіперконцептом (породжувальним концептом) у витлумаченні О.Л. Севастьянової [Севастьянова 2018, с. 121] є концепт, що має найбільш широке смислове наповнення і тематично об'єднує базові концепти з більш диференційованою профілізацією. Такі концепти є похідними. На її думку, це означає, що породжувальний концепт може частково дублювати смисл базових чотирьох концептів, а аналіз будь-якого з цих концептів, який здійснюється крізь призму профілів ціннісних базових доменів, дає змогу реконструювати зміст гіперконцепту, що є його основою. Тимчасом ціннісні кластери утворюються на основі асоціативно-сміслових зв'язків гіперконцепту і базових концептів, для реконструкції яких необхідним є залучення експериментальних процедур, які теж мають свої методичні етапи й операційні інструменти для їх виконання [Севастьянова 2018, с. 121].

Відтак, завершальна третя методологічна стадія є експериментальною, яка теж має свої методичні етапи й операційні інструменти і процедури виконання.

Проведення *психо- і соціолінгвістичного експериментів* з їх процедурами, описаними вище, які послідовно будуть уже проаналізовані у четвертому розділі дисертації (починаючи від персональних даних учасників експерименту та їх відповідей на завдання анкет, укладених англійською і українською мовою, передбачені процедурами вільного й спрямованого асоціативного експериментів, а також соціолінгвістичного експерименту (елементів інтерв'ювання й прямого опитування), спрямоване на виконання основного завдання – зіставлення семантичної (первісної і сучасної) та психолінгвістичної (асоціативної) структур значень імен ціннісних концептів

та їхніх синонімів із метою вимірювання ступеня збереження ціннісних констант й актуалізованих у мовній свідомості британців і українців національно-ціннісних домінант. Надаємо англо- й україномовний варіанти укладених анкет (див. Додаток 3, 4).

Доцільність такого методичного кроку пояснюється позицією В. Б. Касевича, який зазначає, що наразі вкрай необхідним залишається вивчення відмінностей між первісною і сучасною семантичною системами мов, а також між тією актуальною моделлю, що є дійсною для сучасного мовного колективу і яка виявляється в закономірностях поведінки його представників [Касевич 1998]. З цього приводу слушними видаються думки й Є. Бартмінського, який вважає, що [...] лінгвістичний аналіз має спиратися на дані, вилучені як із системи мови, так і з матеріалів анкет [...] [Bartmiński 1998, p. 66].

Отримані з анкет дані (див. Додаток 3, 4), зокрема й реакції британських і українських респондентів на запропоновані стимули (у даному разі базовими з яких є TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ), за словами О.Ф. Загородньої, яка покликається на спостереження С.В. Мартінек, [...] не просто підтверджують “певну частину семантичної характеристики досліджуваних концептів”, а й становлять зовнішню експлікацію властивостей відповідного концепту і – більше того – фрейму(ів), до якого(их) цей концепт входить як складова ширшого фрагмента свідомості носіїв кожної мови й культури. Асоціативні реакції надають також змогу виявити зв’язки кожного концепту з іншими концептуальними структурами [Загородня 2018, с. 95; Мартінек 2011, с. 29].

І тут варто погодитися ще з одним цілком слушним твердженням С.В. Мартінек, яка наголошує, що головне завдання дослідника полягає не в тому, щоб розробити просто класифікацію отриманих реакцій, а в реконструкції відповідних концептуальних структур у свідомості носія мови [Мартінек 2011, с. 30].

Поряд із дослідженнями відповідей респондентів на поставлені в анкетах запитання (див. Додаток 3, 4) і на запропоновані стимули у різноманітних варіаціях передбачено також аналіз асоціативного матеріалу як цілісних фрагментів когнітивно-семантичних матриць мотиваційних континуумів аксіоконцептосфер британців і українців. Ці фрагменти є інтеграційними мережевими доменами ціннісних концептів, семантично пов'язаних між собою: у даному разі – це домени Interest/Needs, Meaning, Order, Result / Інтерес, Значимість, Порядок і Результат. Найбільш складноорганізованою концептуально-інтеграційною мережею є гіпердомен аксіоконцептосфера – сукупність ціннісно пов'язаних між собою первісних, сучасних і асоціативних семантичних ознак імен концептів ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ та їх синонімів. Аналіз ранжування асоціативного компонента національно-ціннісних семантичних доміант аксіоконцептосфер британців і українців буде здійснено за індексом яскравості (індексом Ю.Д. Апресяна; див. дослідження Й.А. Стерніна, М.А. Стерніної та їхніх учнів), що дасть змогу вивити ступінь інтенсивності відображення в їх мовній свідомості індивідуальних, колективних чи загальнолюдських цінностей, названих найчастотнішими словами-реакціями.

Ця процедура є прийомом *методу семантичного диференціалу* Ч. Осгуда чи *методу семантичного шкалування* В.В. Левицького.

Кількісний аналіз структурних компонентів асоціативного поля кожного ціннісного концепту, побудованого на основі стимульних реакцій, передбачатиме обчислення середньостатистичних та середньоарифметичних показників, а також коефіцієнтів, що характеризують властивості цих полів.

Зокрема, індекс яскравості (далі – ІЯ) кожної реакції (далі – R) в асоціативному полі кожного ціннісного концепту або ступінь семантичної близькості (за В.В. Левицьким) буде визначено за формулою:

$$K = \frac{n - 1}{N},$$

де  $n$  – кількість слововживань певної реакції, а  $N$  – кількість реципієнтів, що надали реакцію на стимул (з огляду на традиційні умови проведення вільного асоціативного експерименту, в яких зараховують одну найпершу відповідь, кількість реципієнтів дорівнює кількості всіх реакцій, наданих на стимул) [Загородня 2018, с. 98-99]. Й.А. Стернін [Стернин, Рудакова 2011, с. 101] вважає цей показник важливим складником семантичного компонента, оскільки він репрезентує реальне його місце у значенні слова, виражає ступінь актуальності того чи іншого семантичного компонента для мовної свідомості.

Індекс Апресяна залежить від рангу і кількості реакцій, тобто найвищі показники цього індексу припадають на слова з найвищим рангом, з найбільшою кількістю відповідей, з вищою частотністю реакцій; і навпаки, найменші показники відповідають словам, які мають низький ранг, найменшу кількість відповідей, нижчу частотність [Загородня 2018, с. 99].

На основі ранжування індексів яскравості  $R$  за спадним принципом буде визначено ядро і периферію асоціативного поля кожного ціннісного концепту: межу між ядерними і периферійними реакціями буде обчислено за формулою  $n/2$ , де  $n$  – верхня межа частотності певної  $R$  на  $S$  [Клименко 1970].

Буде обчислено також сумарний індекс яскравості сем асоціативних значень  $S-R$  зі спільною семантикою.

Проведення цих та інших процедур дасть змогу здійснити етносеміометричну параметризацію мотиваційного континууму аксоконцептосфер британців і українців через вимірювання кількісного співвідношення семних складників етимологічного значення, лексичного (за тлумачними словниками і словниками синонімів) значення імен ціннісних концептів та їх асоціативної семантичної структури (за результатами асоціативних реакцій), а головне, шляхом виявлення ступінів збігу, накладання значень чи переважання однієї семантичної структури над іншою. Отримані результати відобразатимуть актуалізацію сторін

ментального ціннісного образу, позначеного стимулом, у мовній свідомості реципієнтів – британців та українців та ціннісні індивідуальні їх орієнтації.

## **Висновки до розділу 2**

Методологічний стан лінгвокультурної концептології наразі здебільшого визнано як кризовий, який підготував потужні передумови для розробки нової аксіоепістемології, основне методологічне завдання якої полягає в реконструкції ціннісних смислів концептів кожної лінгвокультури, які становлять її національну концептосферу, і укладання синергетичної типології лінгвокультурних/ціннісних концептів. І якщо розглядати метод як шлях наукового пізнання, а методику – як інструмент для його досягнення, то в методологічному плані реконструкція – це і метод, і інструмент, яка в широкому когнітивно-лінгвокомпаративному розумінні передбачає діахронно-синхронну етносеміометрію цінностей, відображених і в індивідуальній, і в колективній свідомості британців і українців.

Складносинергетичний комплекс цих відображень становить мотиваційний континуум аксіоконцептосфери кожного народу – концептуально-інтеграційну мережеву сукупність ціннісних доменів біологічних, соціальних й індивідуальних потреб людини, зокрема домена INTEREST, крізь призму якого розкривається ставлення суб'єкта до об'єкта у плані його значимості (домен MEANING), місця/ролі (домен ORDER) в життєдіяльності особистості й лінгвокультури з очікуванням сприятливості / несприятливості (домен RESULT) для людини й соціуму. У цій мережевій ієрархії фіксацією ціннісних уявлень є ціннісні концепти.

Для вимірювання ступеня відображення ціннісних уявлень у свідомості носіїв англійської і української мов найбільш ефективними є такі операційні процедури, як 1) психо- і соціолінгвістичні експерименти, яким має передувати застосування інструментів дименціонального методу В. Франкла,

процедурних методик когнітивно-ономасіологічної реконструкції ціннісних концептів, прийомів зіставно-параметричного методу та ін.

Виходячи з гіпотези дослідження, суть якої полягає в тому, що аксіоконцептосферу культури можна реконструювати на основі аналізу ціннісних концептів, в яких закодовані правові, релігійні, моральні, естетичні тощо уявлення носіїв кожної мови, а також їх традиції, національний характер, норми поведінки, припускаємо, що в мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери як синергетичній мережевій системі мають підлягати реконструкції ті ціннісні категорії, які були визначені ще античними мислителями та подальшими поколіннями філософів, насамперед, truth, good, beauty, benefit / істина, добро, краса, користь.

Трансформувались із категоріального (логічно-класифікаційного) статусу в концептуальний (пізнавальний), ці ціннісні утворення набули в кожній культурі ментального характеру і стали її ціннісними концептами, які за їхньою належністю до певної сфери науки чи сфери буття/навколишнього середовища (це є основним таксономічним критерієм у загальній типології концептів) диференціюються на логіко-філософські (TRUTH / ІСТИНА), морально-етичні (GOOD / ДОБРО), естетичні (BEAUTY / КРАСА), гедоністичні (BENEFIT / КОРИСТЬ).

Комплексний аналіз етносеміотричної параметризації мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців заснований на лінгвосинергетичному підході та основному принципі – холізму, а також на тріортогональному димензійальному підході В. Франкла, які передбачають послідовне застосування придатних для такої складної процедури як емпіричних, так й експериментальних методів і методик.

Перша методична стадія пов'язана із застосуванням методів когнітивної лінгвокомпаративістики, зокрема *методу діахронічного коментаря етимологічних версій первісних значень* імен ціннісних концептів в англійських та українських етимологічних джерелах (із залученням словників індоєвропейської етимології), який дасть змогу проаналізувати їх

відновлений прамовний семантичний стан на основі реконструйованих у словниках етимонів (форм) і архетипів (образів – змісту) та виявити вже на цьому глибинно-діахронічному, а подеколи панхронічному рівні первинні ціннісні смисли – етимологічне ціннісне ядро кожного концепту. У результаті цих операційних процедур буде змодельовано складну ієрархічну організацію між первісними семантичними структурами імен досліджуваних ціннісних концептів в їхньому відношенні до біологічних, соціальних й індивідуальних потреб/інтересів людини, а також визначено семні складники цих архетипних значень, які вже тоді на рівні образних первісних наївних уявлень про ці поняття заклали основу для подальшої таксономії первісних ціннісних смислів на індивідуальні, групові (колективні) й загальнолюдські в їхній синергетичній взаємодії. Основним методичним інструментом тут є *методика компонентного аналізу як складова структурного методу*.

Оскільки аксіоконцептосфера є синергетичною системою з фрактальними відношеннями між її компонентами, то для їх виявлення буде залучено *метод матричного моделювання*, який дасть змогу побудувати схему партитивних відношень між первісними ціннісними смислами: індивідуальними, колективними й загальнокультурними одного концепту (за моделлю частина-ціле: мініфрактал-макрофрактал, мініфрактал-максіфрактал, максіфрактал-макрофрактал), а потім у зв'язках з іншими концептами незалежно від порядку їхнього аналізу. Цей процедурний крок є другим етапом процедурного дослідження мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців. Наступний етап пов'язаний з виявленням національно-ціннісних домінант британської й української аксіоконцептосфер та етапів стабілізації цієї системи (бо трансформація констант і набуття чи формування нових цінностей зумовлюють коливання у системі), яка є динамічною, змінюваною в різні історичні епохи розвитку.

Для виявлення механізмів гармонізації аксіоконцептосфери в періоди її коливань і трансформацій ціннісних парадигм досліджуваних лінгвокультур здійснюємо аналіз шляхів розвитку сучасної семантичної структури імен

ціннісних концептів TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ, а також всіх можливих їх дублетів, виражених синонімами цих імен, у тлумачних словниках англійської і української мов та словниках синонімів (формуємо також для кожного синоніму-імені концепту семантичну структуру) і зіставляємо їх структури з первісною структурою ціннісних смислів. Тут залучаємо *семантико-когнітивний метод*, який дасть змогу розкрити характер концептуально-матричних відношень між ціннісними смислами досліджуваних концептів кожної лінгвокультури, їх перехресні зв'язки як у мотиваційному континуумі національної концептосфери, так і міжкультурні синергетичні перетини, пов'язані зі збереженими в мовній свідомості британців і українців індоєвропейськими ціннісними константами. Це є третім методичним етапом у дослідженні шляхів формування ціннісних систем британців і українців, який сприятиме початковому формулюванню припущення про те, що аксіоконцептосфери британської й української лінгвокультури є синергетичними системами, що мають свою когнітивно-матричну структуру і джерела (мотиваційні сфери) саморозвитку.

Друга методична стадія, зокрема, її перший етап передбачає реконструкцію механізмів концептуалізації поняття “цінність” загалом, сформоване на основі динаміки уявлень британців і українців – від наївних – до наукових про такі ментальні поняття, як TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ. Методичним інструментом на цьому етапі є зіставно-типологічний метод. За *tertium comparationis* буде обрано архісему ‘цінність’ та ступінь її вияву у вигляді різних сем у семантичній структурі як імен ціннісних концептів, так і їхніх синонімів.

Другий етап параметризації цінностей пов'язаний із аналізом структури гіперконцепту ЦІННІСТЬ, складниками якого є ціннісні концепти TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ. Зіставну інтерпретацію складних когнітивно-матричних відношень між гіперконцептом ЦІННІСТЬ та всіма ціннісними концептами буде здійснено



за допомогою *методу концептуальної профілізації* у рамках когнітивних доменів Інтерес, Порядок, Значимість і Результат з їх складними мережами. Ця процедура передбачає виконання онтоаналізу через застосування *дименціонального методу В. Франкла*, спрямованого на розкриття відношень між різними гранями людського буття, які в синергетичній організації мотиваційного континууму аксіоконцептосфери будуть випромінюватися (профілюватися) у проекції біологічних, 2) соціальних та 3) індивідуальних потреб людини у співвідношенні з поглядом на людину в єдності її соматичного (здоров'я), психічного (задоволення) і ноетичного (смислу) профілів.

Третій етап є продовженням операційної процедури оцінного порівняння логічної подібності ціннісного об'єкта з іншим явищем за певною ознакою на основі *методу концептуальної інтеграції*, у результаті застосування якого вдасться виявити інтеграційні складні мережі організації мотиваційних континуумів британської й української аксіоконцептосфер, які відображатимуть профілі доменів тих ціннісних концептів, що інтегрувалися з інших предметних чи абстрактних сфер, набувши ціннісного значення, а, головне, бінарного характеру, що є головним принципом/критерієм для здійснення семіометричної діагностики негативної / позитивної *оцінки* цих концептів та їх вербалізаторів у кожній етнокультурі. Остання процедура передбачає залучення *методу оцінного шкалування*.

Завершальна третя методологічна стадія є експериментальною, яка теж має свої методичні етапи й операційні інструменти й процедури виконання, серед яких: *вільний асоціативний експеримент* і *елементи соціолінгвістичного експерименту (інтерв'ювання й пряме опитування)*, для яких розроблено відповідні анкети (англійською й українською мовами); *метод "семантичного диференціалу* Ч. Осгуда, *метод семантичного шкалування* В. В. Левицького, *Й. А. Стерніна*, Ю. Д. Апресяна (відомий як індекс яскравості сем), *зіставно-параметричний метод* *Й. А. Стерніна* і *М. А. Стерніної*, спрямовані на виконання основного завдання – зіставлення

семантичної (первісної і сучасної) та психолінгвістичної (асоціативної) структур значень імен ціннісних концептів та їхніх синонімів із метою вимірювання ступеня збереження ціннісних констант й актуалізованих у мовній свідомості британців і українців національно-ціннісних домінант. Опрацювання результатів проведених експериментів буде здійснено на основі розробленого в дисертації О.Ф. Загородньої програмного забезпечення КС “STIMULUS, призначеного для автоматизованого оброблення великих масивів даних асоціативних експериментів.

РОЗДІЛ III  
ЕТНОСЕМІОМЕТРІЯ МОТИВАЦІЙНОГО КОНТИНУУМУ  
АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР БРИТАНСЬКОЇ Й УКРАЇНСЬКОЇ  
ЛІНГВОКУЛЬТУР У ДІАХРОНІЇ І СИНХРОНІЇ

**3.1 Етносеміометрія динаміки архетипних констант і сучасних домінант мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців**

Когнітивна лінгвістика перебуває у стадії розроблення й удосконалення її методології, основним завданням якої залишається пошук тих інструментів, які об'єктивно забезпечать аналіз зв'язків пізнавальних процесів людини з їх мовною об'єктивацією і сприятимуть розкриттю механізмів цих зв'язків зі структурами представлення знань людини як результатами процесу пізнання.

Концепція взаємозумовленості трансцендентного й екзистенційного (біологічного, психологічного, соціокультурного тощо) способів Буття людини, за словами Л. Г. Вікулової і Є. Ф. Серебренникової, базується передовсім на такому феномені, як **ідентичність** [Вікулова, Серебренникова с. 8], – поняття, що, на наше глибоке переконання, почало формуватися ще в добу первісної (синкретичної) свідомості давніх етносів, які вже на тій стадії, хоч і неусвідомлено, але відчували різницю між “своїми” і “чужими”. Наразі вивчення питання розуміння й оцінювання людиною самої себе по відношенню до “іншого/інших” може бути ефективним у разі застосування **методу етносеміометрії**, який спирається на положення про те, що процеси концептуалізації світу в семіозисі обов'язково супроводжуються актом оцінювання/вимірювання [Серебренникова 2008, с. 445].

Слідом за вказаними вище авторками [Вікулова, Серебренникова с. 9], коментуємо термін **етно-семіо-метрія** у двох площинах, перш за все, як *процедуру вимірювання* (що закладена у фінальному компоненті цієї

наукової дескрипції, яким є “метрія”) двох аспектів (*форми і змісту*) зафіксованих (відображених) у мовах *цінностей* (позначених в ініціальному компоненті – “етно” і центральному – “семіо”). Ініціальний компонент передбачає аналіз конкретної мовної символічної форми в певному культурному хронотопі й культурогенному дейксисі, тимчасом компонент “семіо” – зобов’язує реконструювати значення цієї форми (і, насамперед, вихідне). Як наслідок, в семантично навантажених знаках на глибинному рівні реконструюються значущі смисли, співвідносні зі **сферою цінностей**. Спроба вийти на глибинний вимір, тобто вимір ціннісно релевантного смислу (або смислів) дозволяє не тільки їх реконструювати на певних хронотопних зрізах, а й визначити “домінанти динаміки” і вектори трансформацій цих смислів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер різних народів, у даному разі британців і українців.

Під **хронотопом** тут розуміємо діахронно-синхронний період еволюції британського й українського суспільств: від індоєвропейської етнічної спільноти через періоди прагерманської і праслов’янської мовних єдностей, а також періодів розвитку безпосередньо англійської та української мов – фіксаторів взаємозв’язку часових (дивергентних) і просторових (конвергентних) відношень у сукупності специфічних способів і засобів відображення світу на різних етапах розвитку свідомості носіїв кожної із мов: від міфолого-синкретичної до сучасної диференційованої. А тому не випадково, що багатство кожної національної мови визначається не тільки лексикою і широкими граматичними можливостями, а й багатством концептосфери, яка віддзеркалює характер мовних особистостей (Ю. М. Караулов) певних етносів.

Це означає, що ціннісні концепти ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ (визначені ще античними філософами (див п. 1.1 дис.) як ціннісні категорії, що, звісно, набули статусу ключових ціннісних концептів будь-якої лінгвокультури або аксіоконцептосфери) сформувалися ще в міфологічно-

космогонічній свідомості індоєвропейців і стали її ядерно-етнічними архетипними константами (див. про константи докладніше: В. І. Карасик).

Така постановка проблеми потребує більш докладного пояснення поняття “етнокультурна ідентичність”, що формувалося у свідомості британців й українців поступово в різні еволюційні періоди розвитку їхніх лінгвосоціумів. При цьому головну увагу слід зосередити на розкритті взаємовідношень між ключовою дихотомією **мова і етнос**, яка залишається центральною не лише в *етнографії* (А. К. Байбурін та ін.) і *соціології* (А. Д. Маймакова), а й в *етнолінгвістиці* (О. Л. Березович, В. фон Гумбольдт, В. В. Жайворонок, В. В. Красних, М. І. Толстой, О.В. Тищенко та ін.), дискусія навколо якої наразі ще більше загострилася на тлі сучасних геополітичних, територіальних, міжкультурних контактів і подеколи навіть конфліктів.

У процесі міждисциплінарного обговорення цього питання спостерігаються неоднозначні тлумачення терміна “етнос”, які й у лінгвістичній науці мали місце, починаючи з розвитку індоєвропейістики (Т. В. Гамкрелідзе Ж. Дюмезиль, К. Г. Красухін, В. Порциг та ін.), де і донині точаться суперечки щодо походження такої давньої спільноти, як прото- і праіндоєвропейці та зокрема навколо їхніх нащадків – індоєвропейців, насамперед, у плані ідентифікації цих давніх народів як етнічного утворення. Попередній аналіз праць, дотичних до цієї тематики, показує, що найбільш часто вчені оперують термінами “індоєвропейський етнос і його прामова” (А. Г. Чередниченко) та “група етно-мовно споріднених народів” (Л. Л. Залізник).

Проте, перш ніж проаналізувати цей накопичений досвід у сфері характеристик індоєвропейців як етносу, звернімося до питання про те, який науковий смисл учені вкладають у поняття “етнос” загалом. Одним із найбільш цитованих визначень терміна “етнос” є дефініція, запропонована Ю. В. Бромлеем, який розуміє під цим поняттям “історично сформовану на певній території сукупність людей із загальними, відносно стабільними особливостями культури (включаючи мову) і психіки, а також з

усвідомленням своєї єдності й відмінності від решти подібних утворень (тобто з наявністю самосвідомості)” [Бромлей 1973, с. 57-58]. І, якщо йдеться про індоєвропейський етнос, то, виходячи з наведеної наукової термінологічної дескрипції, саме питання локалізації індоєвропейців і пошуку їх прабатьківщини (території проживання та подальших міграцій) стало головною темою в індоєвропейських (Л. Л. Залізник) і, переважно, в лінгвістичних студіях (Т. В. Гамкрелідзе, І. М. Дзяконов та ін.), оскільки реконструкція мови індоєвропейської сукупності людей на основі збереженого реєстру / ресурсу / словника слів у сучасних індоєвропейських мовах, що позначають предмети побуту, географічні об'єкти, політичний і соціальний устрій суспільства, традиції, культурні, духовні та релігійні артефакти й поняття і тим самим відображають їхню свідомість (і перш за все, етнічну: [см. Лозова 2006]), і становила головне завдання класичної лінгвокомпаративістики й індоєвропейістики у ХІХ ст.

Основним фактором, що визначає належність людини до того чи іншого етносу, є, передовсім, **етнічна самосвідомість**, про що говорив ще в далекому 1913 році засновник Казанської лінгвістичної школи І. О. Бодуен де Куртене і переконував, що “етнічна належність людини – це явище соціальне й культурне, [...] яке визначається свідомо й індивідуально лише самою людиною” [Бодуэн де Куртенэ 1913, с. 18 – 21].

Природний характер етнічних утворень обстоював Л. М. Гумільов, який відзначав, що в момент свого виникнення етнос отримує єдиний заряд енергії і, вичерпавши його, переходить або до біфуркаційного стану з навколишнім середовищем, або розпадається на частини. Саме так, на думку Л. М. Гумільова, існують у біосфері природні колективи людей із загальним стереотипом поведінки, своєрідною внутрішньою структурою, що протиставляють себе всім іншим подібним колективам [Гумилев 1990]. З цього випливає, що етнос є органічною соціальною структурою, в основі якої лежить система етнокультурної інформації і транслятором якої є мова.

Зв'язки мови з культурою та історією етносу обґрунтував у своїх роботах В. фон Гумбольдт, визначаючи мову як духовну енергію народу, як своєрідну концентрацію думок і почуттів кожного етносу [Гумбольдт 1984, с. 348-349].

Ідеї німецького філософа про зв'язок мови зі світосприйняттям народу знайшли своє продовження в різних наукових теоріях, революційною з яких стала гіпотеза “лінгвальної відносності” Е. Сепіра і Б. Уорфа і згідно з якою саме мова відображає специфіку мислення народу – її носія. Ключові тези цієї гіпотези, як і погляди В. фон Гумбольдта, можна звести до такого узагальнення: суспільні й етнічні об'єднання, що розмовляють різними мовами, є представниками різних світів, а не одного світу з різними етикетками. У найсучасніших теоріях когнітивної семантики такі зв'язки розкриваються в концепції Ж. Фоконьє, який пише про те, що зв'язок між мовою і світом завжди опосередкований людським мисленням, оскільки те, що називається “дійсністю”, насправді є уявленнями мовців про дійсність [Fauconnier 1994, p. 15].

З цього випливає, що кожна мова є продуктивною системою символів, яка відображає досвід народу, і народ несвідомо переносить установлені мовою норми у сферу досвіду. Ці припущення якраз і стосуються сформованих *етнічних констант* – архетипів свідомості, які збережені в ній несвідомо і які транслюються наступним поколінням у вигляді ціннісних установок, смислів, норм і правил, що виражаються у кожній національній мові.

Ось чому, відносячи себе до того чи іншого етносу, людина прагне опанувати і його мову, бо, не знаючи національної мови, не можна повною мірою вважати себе елементом цієї національної спільноти. І реконструкція глибинних зв'язків мови і етносу показує роль мови як потужного чинника етнічної консолідації.

Звернімося до праць тих учених, які послідовно вживають термін “індоевропейський етнос”, визначаючи його як сукупність людей, що мали

свою мову, первинний центр своєї локалізації і подальшу гіпотетичну територію проживання, де і формувалися їхні традиції і культура, а значить, і етнічна первинна свідомість, в тому числі й первинні уявлення про істину, добро, красу та користь та їхнє пізнання й усвідомлення.

Так, наприклад, А. Г. Чередниченко стверджує, що, незважаючи на роздроблення індоєвропейської прамови (спільної мови-предка) на діалекти як явища досить раннього, не підлягає сумніву сам факт її колишнього реального існування, а також етносу її носіїв [Чередниченко, 2014-2015, с. 8].

При цьому питання про локалізацію первинного центру поширення індоєвропейської прамови (саме прамови, а не протоіндоєвропейського діалекту) і, відповідно, ареалу проживання індоєвропейського етносу, як уважає А. Г. Чередниченко, поки залишається відкритим. При цьому вчений підтримує ідею Британського дослідника Ендрю Колін Ренфрью про те, що формування прамов мовних сімей і генезис етносів їх носіїв відбувалося в центрах “неолітичної революції” (коли людство перейшло від збирання дарів природи й примітивного полювання до відтворювальних видів діяльності, тобто обробки землі й розведення свійських тварин) [Renfrew 1989, 1990]. Натомість у найновіших працях Л. Л. Залізняка, підкріплених масштабними дослідженнями різних мезолітичних пам’яток, отримані, інші, на його думку, переконливі археологічні факти про міграційні процеси Середньоєвропейськими низинами на Схід уже в мезоліті, і навіть у фінальному палеоліті [Залізняк 2017, с. 88].

Такої ж думки дотримується і С. В. Конча, якого цитує Л. Л. Залізняк і пише: “маємо вагомні підстави датувати індоєвропейську спільноту раннім мезолітом (VIII–VII тис. до н.е.) [...]. Але погоджується з тим, що визначальний для індоєвропейців культурний комплекс (пастуше скотарство, курганний поховальний обряд, культ сонця-колеса, бика, коня, зброї, патріарха воїна і пастуха тощо) був ними набутий пізніше, вже після розпаду праіндоєвропейської спільноти в IV-III тис. до н.е. [Конча 2004, с. 191-203]. Так чи інакше, на низинах від Нижнього Рейну на Заході до Середнього



Дніпра і далі до Дінця на Сході, за даними археології, антропології, гідронімії простежується культурно-історична спільнота, що почала формуватися з кінцем льодовикової доби і яка, вірогідно, брала участь у формуванні індоєвропейської сім'ї народів і склала її генетичний субстрат” [Залізняк 2017, с. 95].

Про подібний культурно-соціальний комплекс пише А. Г. Чередниченко у статті “О религии древних индоевропейцев (по итогам анализа лексико-семантического поля “религия” раннего индоевропейского праязыка)” [Чередниченко 2014-2015], де з покликаннями на численні в цій галузі дослідження зазначає, що на його тлі реконструйований вченими лексикон ранньої індоєвропейської прамови характеризує світ етносу її носіїв (в якому формувалася їхня етнічна свідомість і склалися первинні цінності – уточнення наше – Н. С.): найдавніші індоєвропейці жили в гористій лісовій місцевості, з великими долинами, а також річками, озерами і болотами; з риб їм були точно відомі лосось і форель (\**lak-so-s*; \**lokso-*); степова зона не була звичним ареалом проживання індоєвропейців (хоча Л. Л. Залізняк останнім часом переконливо доводить це, за даними археології, а також, принаймні, за даними лінгвістики – уточнення наше – Н. С.), бо, на його думку, не реконструюється загальноіндоєвропейська назва трави (лише схід.-і.-є. \**koino-*), проте наявні праіндоєвропейські етимони назв дубу і буку (\**deru-*; \**dreuə*: \**drū-*; \**bhāgo-s*); їх спосіб життя був напівкочовий, займались вони скотарством і полюванням (на диких биків) з використанням собак (\**gou-*, Nom. Sg. \**gōus*, Gen. \**gous*; \**kuon-*, \**kun-*); розводили здебільшого овець (\**oui-s*, Gen. Sg. \**ouios*; \**ueren-*); знали ячмінь і, можливо, льон (\**gherzd(h)-*, Gen. \**ghrzd(h)-es*; \**gherzdā*; \**bhares-*; \**l̥-no-*); були знайомі з технікою обробки міді (\**aio-s-*), колеса й візка (\**kelo-*, \**kolo-*, \**keklo-*, \**koklo-*; \**ueĝh-no-*); будували споруди для помешкання людей і свійських тварин (\**domo-*, \**domi-*; \**ueik-*, \**uik-*, \**uoiko-*); для їхнього соціуму була характерна пуналуальна сім'я; релігійні вірування носіїв ранньої індоєвропейської прамови відповідали архаїчній стадії “мовчазного богопоклоніння”. Загалом

світ носіїв ранньої індоєвропейської прамови був світом войовничих мисливців і скотарів епохи неоліту. І він був дуже суворий [Чередниченко, 2014-2015, с. 10-11].

У таких умовах формувався характер ранніх індоєвропейців разом з їхньою етнічною свідомістю, яка, за свідченням лінгвістичної і археологічної реконструкції, була наскрізно міфологічною, а значить, синкретичною з властивою їй творчою енергією, від якої згодом розвинулися всі види духовної діяльності людини [Батуєва 2008, с. 10]. Як зазначає А. О. Батуєва, “основними феноменами життя цього етносу були тотемізм, анімізм і табу, які сприяли розвитку культури і мови. Саме явище табу дало можливість людині глибше усвідомити природу на тлі контрасту, оскільки контраст веде до пізнання – надає можливість розрізнити дію і протидію, біль і задоволення, приховане і явне, верх і низ, праве і ліве, тепло і холод. Ритуал був спробою зв'язатися з Божеством, наслідувати його діям, розшифрувати їх за допомогою жестів, знаків, рухів. Він об'єднував усіх членів індоєвропейського суспільства, формував цінності, актуальні для колективу, визначав його потреби та зумовлював відповідну поведінку” [Батуєва 2008, с. 10].

І не викликає заперечень твердження багатьох дослідників міфологічного мислення (М. М. Маковський, В. М. Топоров, Т. В. Топорова, Т. Ців'ян, М. І. Толстой та ін.) про те, що саме ритуал, табу й інші форми суспільного життя були спрямовані на усвідомлення користі й шкоди для кожного його члена. І безпосередньо в руслі магічного мислення розвинулися так звані **першозначення**, які фактично стали попередниками розгалуженої лексико-семантичної системи індоєвропейських мов на пізніших етапах еволюції. В їх космологічних концепціях міфологічний прообраз трактується через поєднання макрокосму і мікркосму, сягаючи основ добра і зла, ентропії і гармонії, життя і смерті тощо.

Ці положення дають підстави говорити про те, що внутрішня форма (це і є першозначення) слова є унікальним джерелом для свідчень давнього

синкретизму ідеї (образу/уявленню про іменування речі) та імені (її називанню) [Тищенко 2000, с. 32]. І в цьому плані погоджуємося з О. В. Тищенком, який пише про те, що в архаїчних ритуальних системах одна й та ж обрядодія одночасно і здійснюється, і описується словесною магичною формулою слова-знака й позначуваної цим словом речі. Відтак, міфологічне розуміння й осмислення природи, її символіка знаходили своє відображення в давніх магичних формулах, які у процесі культурного розвитку оформлювалися у слова.

А оскільки річ в індоєвропейських мовах ототожнювалася зі словом, то саме так формувалися першозначення, які відображали уявлення давньої людини про предмети буття. Аналізуючи міфологічне мислення і символіку культури індоєвропейців, підтверджуються припущення про те, що вони співвідносили одні й ті ж предмети (речі) із різними предметами, а одна й та ж дія викликала в їх свідомості асоціації з різними діями і пов'язаними з ними предметами [Меркулова 2008, с. 41].

Слово стає родовим ім'ям (синкретою) цілого комплексу предметів, пов'язаних між собою семантичними асоціаціями, тому міфопоетичне трактування слова має власну специфіку, яка полягала в тому, що: 1) знаковому (словесному) утворенню приписувалася матеріальна субстанція і надавалося реальне фізичне існування, а сама назва або цілком зливалася, з позначуваною річчю, або становила її атрибут, невід'ємну фізичну частину предмета; 2) ноєматичний (смісловий: див. вище у другому розділі поняття про ноєму у В. Франкла) компонент слова фокусувався в його креативних можливостях, оскільки назва ставала ідентична десигнату; а сам ритуальний акт номінації викликав появу певного референта (М. М. Маковський, О. В. Тищенко).

Знову ж таки, повертаючись до розуміння ролі внутрішньої форми слова, за О. В. Тищенком, яка становить той першообраз, в якому через матеріальне вираження, опредметнення перехрещуються ціннісно-смісловий, логічний та мотиваційний компоненти, апелюємо і приймаємо

твердження О. О. Потебні, який довів, що через спосіб позначення можна вийти на реконструкцію того первісного значення, образу, що лежить в основі об'єктивації, дескрипції культурно-семіотичних кодів, тобто інтеграції обрядодії, предмета, атрибута в етимологічно спільний, цілісний сигніфікат [Тищенко 2000, с. 25].

Обстоючи ритуальне походження мови, О. В. Тищенко говорить про те, що **“ритуал був вихідним локусом, в якому відбувалося становлення мови як знакової системи, поєднання позначувального з позначуваним.** Ритуальна діяльність стала основою для появи наочного образного типу мислення. З точки зору генезису поява ритуального виду діяльності пов'язана з сакралізацією, необхідністю виконання тих чи інших дій як самодостатньої умови для передачі колективного досвіду” [Тищенко 2000, с. 26].

Учений переконаний, що такий підхід дозволяє розглядати систему космогонічних архаїчних уявлень крізь призму вербалізованого досвіду, в якому відображені результати пізнавальної діяльності людини. Духовно-практична діяльність людини реалізується в акті номінації, внутрішній формі. Тісне злиття в цих категоріях пізнавальних та ціннісних орієнтацій простежується на рівні класифікаційно-репрезентативних мовних понять, передусім, через дериваційні/дистрибутивні моделі, що мають етнокультурну специфіку [Тищенко 2000, с. 33-34].

Особливо цікавими в цьому аспекті є праці М. М. Маковського, в яких обґрунтовується полісемантична дистрибутивна модель співвідношення форми і змісту мовного знака [Маковский 1996]. Ця модель, найбільш поширеним варіантом якої є ситуація, коли одна форма містить у собі кілька значень, дозволяє пояснити ізоморфізм генетичного та сакрального кодів, відповідно до яких у знаковому вираженні моделі світу вирізняються елементи “прихованої” семантичної структури слова, що відображають основні категорії міфологічного мислення: 1) елементи-блокатори (обереги), які не допускають появи будь-яких значень, крім тих, що зумовлені кількісно-якісною структурою слова; 2) тотемні компоненти, необхідні для

існування цілісної сигніфікативної сфери одиниці; 3) табуїстичні елементи, що змінюють значення на протилежне; 4) елементи-каталізатори, які сприяють підсиленню загальної енергії слова або окремих його складників [Маковский 1996, с. 11].

У цьому вбачає джерела походження символіки слова Дж. Тресіддер, який у своєму “Словнику символів” пише про те, що, не маючи реальних засобів боротьби зі злими силами природи, архаїчна людина створила свій світ (сакральний код), відмінний від реального (генетичний код) світу. Одним із основних способів захиститися від реального світу було прагнення не називати ті чи інші предмети й дії іменами, а користуватися численними метафорами-символами. І при цьому більшість символів мали не одне, а кілька значень, бо виражали ідеї, призначені для виконання різного смислового навантаження і, переважно, протилежних смислів. І тому так само як і символ, один і той же індоєвропейській корінь мав здатність виражати протилежні значення [Тресіддер 2001, с. 6], що відображено у еквополентній природі ціннісних концептів ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ, які є ядром мотиваційного континууму аксіоконцептосфер кожного етносу, побудованим за принципом когнітивно-матричних відношень.

Давнє слово було такою собі “містичною криптограмою” (або анаграмою: див про це докладніше у Ф. де Соссюра) – у сучасному розумінні – **когнітивно-семантичною матрицею** (М. М. Болдирев), яка представляла в зашифрованому вигляді вірування, ритуали, звичаї, магичні дії і містила як елементи молитви, так і елементи боротьби зі злими силами.

Саме матриці, якщо звернутися до законів фізики і математики, відображать і пояснюють механізми упорядкування ентропії у природі, яка завжди прагне до хаосу. А для того, щоб відбувалися процеси, які сприяють організації матерії та утворенню нових об'єктів (тобто “народженню/становленню” речей), необхідне втручання розумної/вищої сили – Бога або людини, або штучного розуму, тобто програми. Відтак,

припускаємо, що магичні формули – це програми організації й розвитку матерії, де Бог – головний “програміст” (А. Б. Михальов). Тому зв'язок *містичних криптограм* чи *тетраграм*, або *когнітивних матриць*, із давніми коренями стає цілком мотивованим і аргументованим.

Намагаючись реконструювати протоконцептуальну систему усього **d-корпусу** і.-є. коренів А. Б. Михальов переконливо доводить те, що на генетично первинному етапі філогенезу артикуляційно-акустичні характеристики мовних звуків (тобто ознаки і дії органів мовленнєвого апарату людини) становили артикуляційні міметичні схеми, які накладалися своїми різними аспектами на подібні схеми зовнішнього світу. І при виявленні відповідностей між внутрішньою міметичною і зовнішньою образною схемами утворений звук ставав знаком. Так учений пояснює процес семіогенезу, який, на його думку, тісно пов'язаний із механізмами концептуалізації і категоризації дійсності, і первинні “концептуми” (за В. В. Колесовим, концептум – джерело першозначень, відправний момент семантичного розвитку, прообраз концепту [Колесов 2013, с. 48]; генетичний центр радіальної категорії) сягають звукозображальних значень, згрупованих за трьома сферами: 1) буквальна (ротова), 2) мануальна (ручна) діяльність та 3) звуконаслідувальна [Михальов 1995, с. 127-128]. На подальших етапах мовної еволюції від цих ядерних (концептумних, первісних) значень утворених знаків під дією двох базисних когнітивних механізмів – метафоризації і метонімізації – відбувалися їхні формальні трансформації і розвиток семантичної периферії.

Зокрема, що стосується артикуляційно-міметичної схеми індоєвропейського звуку [d] та інших, тісно пов'язаних із ними фонеморфологічних і семантичних комплексів на зразок \*der-, \*dera-, \*dre-, \*däu-, \*dau-, \*du-, \*dei-1, \*dei-8, \*dl-, \*diä-, то в ньому виділяються три аспекти: 1) <дентальний> (контакт передньої частини язика з зубами); 2) <напруга, зусилля>; 3) <вибуховість>. Перший аспект, пов'язаний із зубами, має багату символічну палітру, наприклад, характерні ознаки зубів:

“гострота” і “твердість”, дії, які виконуються зубами (пор. значення коренів \**dw-en-elo*, \**deu-2* “гризти”, “відривати”, “кусати”, “стискати”, “стукати”, “тягнути”, “розривати” тощо. Другий і третій аспекти символізують високу акціональність та інтенсивність дії: значення “робити, виконувати щось загалом” [Михалев 2014, с. 91-104].

Семантичний аналіз і.-є. d-коренів показує звукозображальні значення, об’єднані гіпер-/архісемою ‘силовий контакт’, яка, у свою чергу, є протоконцептуальним простором (ядерним, де формувалися етнічні константи, що збереглися в етимологічному шарі сучасних ціннісних концептів) семантичного розвитку основних “першозначень” (М. М. Маковський): “різати”; “рвати, розривати”; “розщеплювати, розсікати”; “тягнути”; “бити” та їхніх подальших семантичних переходів у “горіти”; “сяяти”; “гнути”; “вклонятися” тощо.

Зауважимо, що вперше гіпотеза про первинність і синкретизм значень тобто явище семантичного переходу “різати” – “гнути” – “бити” в індоєвропейській прамові була сформульована Т. Дж. Таккером, яка теж ґрунтувалася на міфі про створення Всесвіту (Всесвіт був створений у результаті розриву Хаосу Божеством із подальшим встановленням Гармонії-З’єднання). І при ретельному аналізі етимологічних словників (Е. Кляйн, Ф. Клюге, В. В. Левицький, М. М. Маковський, О. С. Мельничук, Ю. Покорний, О. М. Трубачов та ін.) можна припустити, що саме ці уявлення стали першозначеннями синкретичної природи в індоєвропейській прамові, на базі яких утворювалися всі інші конкретні й абстрактні слова, насамперед, які відображали уявлення про верх, тобто – небо (напр., і.-є. \**kres-* “гнути”, але псл. \**kresati* первісно “створювати, творити”, що пов’язане із Творцем небесним; і.-є. \**ijeg-* також “гнути”, д.-англ. *weihs* “святий”; і.-є. \**kes-* “різати”, але нім. *keusch* “чистий”, “незайманий, безгрішний”; і.-є. \**bheg-* “відрізати”, але д.-інд. *bhága-* “удача, процвітання”; гот. *maitan* “різати”, але ірл. *maith* “добрий, гарний” і т. ін.).

Слово в індоєвропейців було такою собі міні-матрицею чотирьох ціннісних категорій, що сягають синкретичного мислення і відображають їхню ментальність, де ключову роль в його семантиці виконувала дихотомія/бінарність і водночас еквополентність, яка згодом стала онтогносеологічним принципом організації когнітивно-матричної структури концептів, утворених на базі цих категорій – глибоко ментальних конструктів зі складною мережею концептуальних ознак. Останні демонструють різноманітність семантичних ознак позначуваних понять, сформованих на основі засобів вираження певного змісту, і виявляються шляхом реконструкції внутрішньої форми імен концептів, де криються первісні витoki кожної окремої ознаки, що об’єктивує їх передовсім у ціннісному вимірі й відображає колективні архетипні уявлення у даному разі британців і українців про ці концепти, а також за допомогою реконструкції когнітивних механізмів перенесення їх стереотипних концептуальних ознак із однієї сфери в іншу. Це означає, що ядром кожного бінарно-матричного концепту завжди є цінність тобто його значимість для культури. І не випадково Ю. С. Степанов назвав концепт “згустком культури” [Степанов 1997], в основі якого лежить ціннісно-значимий принцип. І тому основним оператором для вимірювання (**етносеміометрії**) ціннісного ставлення до певного атрибута культури є бінарні опозиції.

Виходячи з такого погляду на бінарно-матричну природу ціннісних концептів, припускаємо, що аксіоконцептосфера кожного етносу є філо-, онто- й гносеологічним синергетико-еволюційним утворенням, в якому архетипні концептуальні ознаки збереглися як ядрено-етнічні індоєвропейські константи її мотиваційного континууму. Розглянемо на прикладі первинної семантизації ціннісних смислів індоєвропейців, прагерманців і праслов’ян, а також давніх британців і українців, відображених у діахронному шарі матричних концептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ, що становили їхні етнічні константи як продукти синкретичної міфологічної свідомості.



## 3.2 Діахронна етносеміометрія ядра матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ

3.2.1 Діахронна етносеміометрія ядра матричних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА. Концепти ІСТИНА-ПРАВДА в більшості лінгвоконцептологічних праць розглядаються разом, і навіть Ю. С. Степанов у словнику “Константы русской культуры” помістив їх в одній статті, бо вважає, що “в цих двох словах, тісно пов’язаних у пару й одночасно бінарних / протиставних, концептуалізована своєрідна духовна цінність” [Степанов 2004, с. 455].

І для того, щоб розкрити витoki їх духовної цінності, слід звернутися до першоджерел, тобто до міфології, насамперед, до образу першолюдини / першозначень, у творенні якого, звісно, і яких (що дають зрозуміти її первісне мислення і первісну свідомість), за словами В. М. Топорова, “брала участь і Земля-мати, й Небо-отець. Тому обидва ці образи спільно, утворюючи “батьківську пару”, “народили” спільне дитя, яким і була першолюдина” [Топоров 2000, с. 248].

І це підтверджує реконструкція імені міфоконцепту НЕБО, яке має індоєвропейське походження: і.-є. *\*(e)nebh-* “небо” асоціювалося в індоєвропейців із запліднюючим (чоловічим) началом, тимчасом “земля” – з началом народжувальним (жіночим) – і.-є. *\*g'hemiā-* “земля” [Черных 1993, с. 154; Шапошников 2010, с. 314]: пор. також в інших мовах – ірл. *spēir* “небо”, англ. *sphere* “небесне світило”, “небеса”, “небо”, але лат. *sper-ma* (символічно як “запліднююче насіння”), д.-а. *heaven* “небеса” і норв. діал. *høve* “народжувати”; лат. *coelum* “небо”, англ. *sky* “небо”, але д.-інд. *kula-* “рід, нащадки”. Згадаймо українське прислів’я: *Жінка – земля, а чоловік – насіння*.

Цитуючи вже давно визнані як доведені міфологічні факти про те, що в уявленнях первісних людей НЕБО і ЗЕМЛЯ були єдиним цілим,

божественною парою, союз яких послужив початком життя у Всесвіті, С. А. Борисова у своєму дисертаційному дослідженні наводить досить переконливі етимології, що розкривають джерела семантичної мотивації символіки союзу Неба і Землі, якими є дощ, що дає життя, світ від удару блискавки, яка його супроводжує, а в концепції фізики – удар метеориту (і.-є. *\*diu-*, *\*deu-*, *\*deios* “of the day light” мали первісне значення “денного світла, небесної сили з її блискавками й метеоритами” (пор.: д.-інд. *deva*, лат. *deus*, д.-ірл. *dia* “Бог”, але д.-інд. *divya*, д.-англ. *heaven* “небеса” (а також Бог)) [Борисова 2006, с. 10].

Місце удару блискавки зазвичай уважалось священним. Від блискавки, тобто від шлюбу Неба і Землі, народилася людина. Згодом же Земля була “відірвана” від Неба, і це простежується в первинній семантиці англ. *ground* (“земля”), яке сягає і.-є. *\*ger-/ker-* “розривати, розрив” + і.-є. *\*(s)ned-* “розривати”; можливою є ще й така семантика англ. *ground*, пов’язана з д.-а. *rendan* “відривати, відсікати” (букв. “відірвана земля”). При цьому значення “різати, розсікати” в індоєвропейській прамові закономірно переходило в семантичну діаду “верх – низ”: пор. і.-є. *ger-/ker-* “верх” + і.-є. *\*ned* “низ”; і.-є. *\*er-* “розсікати” + і.-є. *\*edh-* “розсікати”; лат. *terra* “земля” < і.-є. *\*ter-/der-* “розсікати, відсікати” [Борисова 2006, с. 10].

А оскільки в центрі міфологічного ритуального дійства як семіотичної системи був рух і відповідні дії, які супроводжувалися жестами (згинанням рук і ніг, підняттям рук уверх (догори), згинанням тулубу до низу тощо), а також акт розривання і розсічення (жерці й учасники ритуального дійства розривали жертву на шматки, в екстазі наносили удари один одному тощо), то саме цей культ був покладений в основу багатьох індоєвропейських коренів і праформ.

Зокрема, досліджуючи семасіологічні універсалії, простежуємо етимологічні зв’язки понять “неба (верху)”, “землі (низу)” з поняттям “гнути” (зокрема, верх як увігнутий купол: йдеться про небосхил): д.-а. *heah* “високий”, англ. *high* “високий”, але і.-є. *\*leugh* “гнути”, і.-є. *\*nek-* “гнути(ся),

вигинати(ся)”, але д.-а. *nider*, д.-сакс. *nihol* “вклонятися”, укр. *низ*, *низький* (символічно – укр. *низький уклін* на знак пошани (внутрішня форма – “гнути(ся)”). Наведені реконструкції та їх генетичний матеріал показують, що в основі первісних уявлень про “небо (верх)” і “землю (низ)” лежали поняття “відсікати/розсікати”, “різати”, “гнути(-ся), вигинати”. Пор., також д.-а. *liscan* “рвати, виривати”, що сягає і.-є. *\*(s)ken(d)*- “різати, здирати шкуру”.

Загалом, повертаючись до способу життя, поведінки й ментальності індоєвропейців, А. Г. Чередниченко, покликаючись на різноманітні свідчення, наводить чималий синонімічний ряд індоєвропейських дієслів лексико-семантичного поля “різати” (близько 60), що підтверджують войовничий, агресивний характер їх представників і, як наслідок, мілітарну етнічну свідомість (наприклад, *\*dā-* / *\*dē-* “різати, рвати”, *\*dhō-* “різати, загострювати”, *\*gleubh-* “різати”, а також і.-є. *\*leugh* у значенні “гнути” (див. вище і.-є. *\*(e)nebh-* “небосхил” – Н. С.), *\*skē-* / *\*sē-* “різати, розривати” (пор. англ. *sky* “небо” – Н. С.), *\*suer-* “різати, колоти”, *\*tuei-* “рубати, бити гострим знаряддям”, *\*uen-* “бити чимось гострим, ранити” тощо) [Чередниченко, 2014-2015, с. 11].

Семантична реконструкція уявлень індоєвропейців про небо і землю засвідчує, що саме на їхній основі розвинулися інші першозначення й зокрема ті, що згодом стали ядерними етнічними константами чотирьох базових ціннісних концептів, серед яких першим в їхньому ланцюгу (так їх упорядкували принаймні античні філософи: див. перший розділ дис.) стоїть концепт TRUTH / ІСТИНА.

І це не випадково, бо етимологія імен концепту TRUTH / ІСТИНА в англійській і українській мовах яскраво демонструє смислові зв'язки з семантикою коренів, які позначали поняття НЕБО і БОГ(-и) (єство, суще / істинне, творіння / народжуваність тощо), а також семантичні переходи з іменем концепту ПРАВДА в українській мові, тоді як в англійській мові обидва поняття покриваються одним синкретичним іменем концепту TRUTH.

Розглядаючи етимологію імені концепту TRUTH (лексеми *truth*) виявляємо корелятивні рефлекси з символікою Неба, де вочевидь простежуються її деривативно-генетичні фonomорфологічні співвідношення з лексемою *tree* (згадаймо модель Світового дерева), що сягає і.-є. кореня *\*tris*, а цей у свою чергу і.-є. форми *\*drew-o*, яка є суфіксальним утворенням від і.-є коренів *\*deru-*, *\*dreu-* “бути твердим, стійким” і яка пізніше перейшла у д.-а форму *teors* – “penis”, що мала символіку творення (у значенні “дітонародження”) [Etymological Dictionary of the Sumerian Language, 2016] (Таблиця 3.1, стор. 230).

Водночас, у міфологічній традиції усе те, що мало відношення до дітородних органів, пов’язували зі смислами таких понять, як “чистий”, “правдивий” (“чистота”, “чесність”, “істина”): зокрема і англ. *true* “істинний”, лит. *tyras* “блиск”.

Ймовірними також є зв’язки з похідними дериватами: д.-а. *triewe* (західно-сакс. діал. форма) і д.-а. *treowe* (мерсійська діал. форма), які мали значення “вірний, надійний, чесний, стійкий у дотриманні обіцянок, до друзів і т.ін.”, які реконструюються від п.-герм. форми *\*treuwaz* зі значенням “ті, що мають стійку непохитну віру”) і простежуються у д.-фризьк. *triuwi*, д.-в.-нім. *gatriuwu*, нім. *true*, д.-норв. *tryggr*, дан. *tryg*, гот. *triggws* теж із семантикою “вірний, надійний” [Etymological Dictionary of the Sumerian Language, 2016].

Окрім того, етимологи вбачають зв’язки і.-є коренів із шум. *diri*, *dirig*, що мають подібну семантику до значення *tree*, тобто “расти високим; наповнюватися; розбухати, розростатися, ставати масивним”; прикм. “здатний, сильний, величний, владний”.

Ці попередні спостереження над символікою першозначень лексеми *truth* дають підстави припустити, що її внутрішня форма утворювалася на основі уявлень про образ дерева (англ. *tree*), бо добре вкорінене дерево є сильним, міцним, непохитним, стійким і потужним.

**Ядерні першозначення імені концепту TRUTH та їх семантичні переходи  
у дериват TRUST та його синоніми BELIEF, FAITH  
(міметична схема і.-є. \*d / \*t – \*g – \*bh / \*f коренів)**

Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Давньоанглійська форма / значення	Латинська форма / значення
<b>TRUTH</b>			
<p><b>*deru-</b> <b>*dreu-</b> 1) “бути твердим, стійким”, 2) “гармонія, порядок”</p> <p><b>*drew-o</b> <b>*tris</b> 1) триєдність: символічний верх – Небо, стовбур / стрижень, низ – Земля / коріння</p> <p>(у християнстві триєдність: Отець, Син і Святий Дух)</p>	<p><b>*treuwaz</b>  1) “ті, що мають стійку непохитну віру”, 2) “стійкий, сильний, твердий”, 3) “такий, що заслуговує на довіру”, 4) “непохитний у вірі”, 5) “справжній, <b>істинний</b>”</p>	<p><b>teors</b>  1) “чистий, правдивий”  (“чистота”, “чесність”, “істина”)</p> <p><b>triewe</b> <b>treowe</b> 1) “вірний, надійний, чесний до друзів”, 2) “стійкий у дотриманні обіцянок”, 3) “<b>істина,</b> <b>правда,</b> правдивість”</p> <p><b>trōwian</b> 1) “віра, довіра” <b>treowian</b> 2) “вірити, довіряти”</p> <p><b>drisn</b> 1) “волосся, стрижень”</p>	
<b>TRUST</b>			
<p><b>*deru-</b>  1) “бути твердим, стійким”</p>	<p><b>*traustam</b> <b>*treuwaz</b>  1) “довіра”</p>	<p><b>treowian</b>  1) “вірити, довіряти”</p>	

2) “гармонія, порядок”			
<b>BELIEF</b>			
<b>*galaub-</b>  1) “дорогий, шановний”  <b>*leubh-</b>  1) “підкуватися, бажати, любити”	<b>*ga-laubnon</b>  1) “шанувати, довіряти” (для зах.-герм.)	<b>geleafa</b>  1) “віра, довіра”	
<b>FAITH</b>			
<b>*bheidh-</b>  1) “вірити, довіряти, переконувати”			<b>fidere</b> 1) “вірити, довіряти”  <b>fides</b> 2) “довіра, віра, впевненість” – запозичене у <b>сер.-англ.</b> зі значенням “клятва”

І на той час, коли це слово увійшло до давньоанглійської мови, воно вже у прагерманську добу набуло значення “чесний, чистий”, “стійкий, сильний, твердий” або “такий, що заслуговує на довіру”, “непохитний у вірі”, “справжній, істинний”.

Усі ці першозначення, що сягають вищезгаданих і.-є. коренів *deru-*, *dreu-*, стали основою внутрішньої форми слів різних германських мов: нім. *Treue* “вірність”, “відданість”, “точність, правильність”, ісланд. *tru* “вірний”, дан. *truu*, швед. *tro*, *trygg*, д.-сканд. *tryggr*, гот. *trauains* “довіра, віра”, *triggws* “відданий, надійний”, а також інших північних мов: лськ. *drošs* “надійний, достовірний”, ест. *truu*. Доречно у зв’язку з цим навести англійську фразу *true friend*.

Порівняймо їхні рефлексії й генетичні зв'язки з англ. *trust* “довіряти”, *true* “істинний”, *truce* “перемир'я, договір, союз”, *trust* – “віра, довіра” і безпосередньо *truth* – “правда”, “закон”.

Повертаючись до семантики “твердості, міцності”, пов'язаної із деревом, зазначимо, що її також символічно пов'язують із першоджерелом народження вогню, бо тертя дерева об дерево народжує вогонь.

У свою чергу, ритуальна і сакральна функції вогню символізують процес очищення, а тому вогонь вважається джерелом будь-якого народження. І це простежується в семантиці “горіти” одного з і.-є. коренів *\*kel-* (бо ця семантика є характерною і для багатьох інших індоєвропейських коренів) і в його дериваті уже безпосередньо в англ. *clean* “чистий”, що символізує **порядок**, а значить – і гармонію. Останні значення реконструюються і в і.-є. корені *\*dreu-*, який співвідноситься з д.-інд. *dharmah* “порядок, гармонія”.

Наведені етимологічні гіпотези відображають символіку СВІТОВОГО ДЕРЕВА як наочного образу відображення порядку і гармонії, запорукою яких є **стійкість, непохитність, чесність і віра**, а відтак, й **truth / правда-істина**. І.-є. корінь *\*tris* (триєдність: символічний верх/крона дерев – НЕБО, стовбур/стрижень – ЗЕМЛЯ і коріння / низ – підземне царство (пізніше у християнстві триєдність: Отець, Син і Святий Дух)) реконструюється і в д.-а. *drisn* “волосся, стрижень”. А стрижень образно символізує значення вертикалі (Верху-Неба), Світової Осі, що пронизує і з'єднує світи (світ небесний, світ земний і світ підземний).

Семантика “порядку і гармонії” синкретично пов'язана з семантикою “віри, довіри”, яка також реконструюється в значеннях і.-є. кореня *\*dreu*, від якого походять пруськ. *drumit* “вірити”, *drumi* “віра”, лат. *credere* “вірити”, а також імовірно із санскр. *dhruva* – “твердий” (як дерево), “постійний”; санскр. *dru, daru* “дерево”, знову ж таки з англ. *tree* – “дерево, дерево”; гр. *δρυς* – “дуб”.

Наведені семантичні переходи символіки дерева як образу стійкості, твердості, гармонії і порядку в символіку **віри**, довіри відображають той факт, що в дохристиянських культурах віра, стабільність, непохитність асоціювалась із деревом, і насамперед, з таким священним реліктом для багатьох культур, зокрема й індоєвропейської, як дуб, навколо якого відбувався ритуал жертвопринесення й здійснювалися інші священні магичні дії. Серед таких культів вартий на увагу культ друїдів, у яких дуб – головне і священне дерево, пов'язане з центром. Сама назва “друїди” сягає і.-є. кореня \**dru* “дуб” (див. \**dreu-* “бути твердим, стійким”). Клятва на дубі як на найміцнішому дереві у друїдизмі могла бути найважливішим гарантом твердості й дотриманості укладеної угоди. Звідси: гот. *trausti* “згода, альянс” та ін.

Звернімось до етимології лексем, які в англійській мові мають семантику віри. Їх основних три: *trust*, *belief*, *faith*.

Лексема *trust* у сучасному розумінні означає “міцна, укріплена віра у що-небудь на основі як логіки, так і внутрішніх переконань”. Тимчасом наступний іменник *belief* позначає “слабку віру, бо така віра приймає істину на основі логіки, проте без будь-яких реальних доказів і фактів”. І ще одна лексема – це *faith*, яка вживається на позначення безрозсудної віри в будь-що без використання логіки і розуму. Це віра, що суперечить усім доказам і фактам.

З цих сучасних трьох значень наведених лексем стає очевидною генетична спорідненість, про яку вже йшлося вище, лексеми *trust* із лексемою *truth*, що сягають обидві одного й того ж і.-є. кореня \**deru-*. І, як бачимо, саме в її семантичній структурі найбільшою мірою збережене спільне першозначення “стійкості, твердості й непохитності, віри і довіри”, що дає підстави говорити про істину як таку, в основі якої лежить переконлива і тверда віра у щось.

Етимологічні свідчення наводять той же генетичний матеріал для лексеми *trust*, на якому реконструйовано і.-є. корені \**deru-*, *dreu-*, зі



значенням “бути твердим, стійким, міцним”, а також п.герм. етимони *\*traustam*, *\*treuwaz* зі значенням “довіра”, від яких розвинулася д.-англ. форма *treowian* “вірити, довіряти”. Зокрема, це такі фонеморфологічні й семантичні рефлексії, як д.-фризк. *trast*, д.-в.-н. *Trost* “згода”, гот. *trausti* “згода, альянс” та ін.

Спробуємо простежити, чи наявні семантико-генетичні зв'язки між трьома синонімічними лексемами, які всі три є іменами концепту TRUST. Що стосується лексеми *belief*, то безпосередньо в англійській мові вона починає вживатися з XII ст. у християнському значенні як “віра в цю релігію”, замінивши давньоанглійську лексему *geleafa*, що теж вживалася у значенні “віра, довіра” як і лексема *trust*, але яка була спорідненою із західногерманською формою *\*ga-laubon* “шанувати, довіряти” (генетичними дериватами якої є д.-сакс. *gilobo*, сер.-голл. *gelove*, д.-в.-н. *giloubo*, нім. *Glaube*) зі збереженим у ній реконструйованим і.-є. префіксом *\*ga-* і яка походила від і.-є. етимона *\*galaub-* “дорогий, шановний”, утвореного за допомогою інтенсивного префікса *\*ga-* + і.-є. корінь *\*leubh-* “підклубатися, бажати, любити”. Префікс *\*ga-* був змінений за аналогією з дієсловом *believe* “вірувати” [OED].

Значення “переконання/упевненості в істинності судження чи передбачуваного факту без знання” було набуто значно пізніше у 1530-х роках [Century Dictionary]. Починаючи з 1200-х років уживається на позначення “основних доктрин релігії або церкви, згідно з якими речі вважаються істинними як предмети релігійного значення” [OED].

Відтак, семантичні переходи першозначень віри були пов'язані, передовсім, із “довірою до Бога”, для безпосереднього вираження яких вживалася лексема *belief*, тоді як первісна семантика віри, маркована лексемою *trust*, означала “тверда відданість людині, непохитна віра у суще як його істина”.

Наступні семантичні зв'язки уявлень про віру з середини XIII ст. простежуються у слові *faith* та його генетичних дериватах *faith*, *feith*, *fei*, *fai*,

що мали значення “вірність обіцянню (звідси, згодом релігійне поняття обітниці)”; “вірність людині”; “чесність, істинність, правдивість”, яке було запозичене в англійську мову зі ст.-фр. *feid, foi* “віра, довіра, упевненість”, що походять із лат. *fides* “довіра, віра, впевненість”, пов’язаного з коренем дієслова *fidere* “довіряти”, який сягає і.-с. форми *\*bheidh-* “довіряти, переконувати”.

За етимологічними версіями, починаючи з XIV ст. лексема *faith* (лат. термін *fides* (фідеїзм – одне з віровчень)) набуває широкого релігійного смислу. А вже з XVI ст. обмеженими стають вживання лексеми *trust* у значенні “логічно розумового сприйняття суцього як істинного/правдивого”, а також лексеми *belief* – у сприйнятті “речей, що вважаються істинними як предмети релігійної доктрини”.

Зіставимо первісні джерела і витoki семантичних структур лексем *істина* і *правда*, а відтак, і лексеми *віра* в аксіоконцептосфері українців (Таблиця 3.2). Попри різночитання етимологічних версій (як і наявність множинності етимологій: див. дискусію [Журавлев 2916]) імен концептів ІСТИНА і ПРАВДА, слід сказати, що їхня внутрішня форма, за спостереженнями дослідників у сфері язичницької філософії (О. Ю. Бобилєва), містить і зберігає донині надважливу глибинно-діахронійну інформацію про способи мислення людини часів слов’янської міфології, коли продовжувалися формуватися ціннісні світоглядно-цивілізаційні засади Буття загалом. Як правило, у класичній слов’янській етимології походження слова *істина* (укр. *істина*) пов’язують зі ст.-сл. *истина* (“капітал”, “готівка”) і відсилають до слова *истый* (укр. *істий, істний* “істинний”, “справжній”), що сягає ст.-сл. *истъ-* (*истовъ*) – прикметника зі значенням “істинний, суцйий, справжній” (болг. *ист* “той самий”), а також слов. *istъ* – займенникового утворення від *\*is-to-* зі значенням, “той самий”, “точний”) [Топоров 1958, с. 80; Фасмер 2004, т. 2, с. 142-143, 144], реконструйованого від псл. кореня

**Ядерні першозначення імені концепту ІСТИНА  
та їх семантичні переходи  
в іменах синонімічних концептів ВІРА і ПРАВДА**

(міметична схема і.-є. *\*st / \*ues – \*uer і псл.\*prav – коренів*)

Індоевропейські корені	Праслов'янська форма / значення	Старослов'янська форма / значення	Латинська форма / значення
<b>ІСТИНА</b>			
<p><b>*st-</b> 1) “те, що є стабільним”, 2) “те, що відповідає дійсності”, 3) “щось справжнє”</p> <p><b>*ues-</b> 1) “бути”, 2) “твердість, міцність”, 3) “прямостояння (стовбур)”</p> <p><b>*bhu-</b> 1) “тягнути вгору”</p>	<p><b>*syt</b> 1) “стояти, стати”</p> <p><b>*is-to</b> 1) “справжній, щирий”, 2) “цей, той”</p>	<p><b>исть, истовь, istь, истина</b> 1) “справжній, дійсний, істинний”</p> <p><b>быти</b> 1) “існувати / бути наявним”</p>	
<b>ВІРА</b>			
<p><b>*uer-</b> 1) “говорити”</p> <p><b>*uera-</b> 1) “віра”</p> <p><b>*ueros-</b> 1) “істинний (істина)”</p>	<p><b>věra &lt; *vēra</b> 1) “вірити”, “віра”</p>	<p><b>ВѢРА</b> 1) “вірити”, “віра”</p>	<p><b>verum</b> 1) “правда, істина”</p> <p><b>vērus</b> 1) “дійсний, справжній, істинний”</p>
<b>ПРАВДА</b>			
	<p><b>*prav-</b> 1) “прямий – який не відхиляється вбік” 2) “правильний”, 3) “правий”</p>	<p><b>правьда</b> 1) “положення”, 2) “закон”, 3) “судова справа”</p>	

\**sʔt* “стояти, стати”, первісними значеннями якого були ті, що сягають і.-є. кореня \**st-* “те, що є стабільним”, “те, що відповідає дійсності”, “щось справжнє”, а також і.-є. кореня \**ues-* “бути” (див. нижче).

Відтак, лексема *істина* є похідною від слова *истый* “справжній”, що сягає стсл. *исть* “сущий, істинний”, утвореного шляхом злиття прийменника *із* і форми *сть*. Наяскравішим підтвердженням цих семантичних і фонеморфологічних генетичних зв’язків є укр. лексема *істота* – “єство”, “суть, сутність”, “щось живе”, а також п. *istota* – “єство”, “суть, сутність”, *istotnie* – “дійсне”, *istniec* – “дійсно існувати”. Звідси, ще значення (*u*)*істий* “дуже схожий”, “подібний”, “точний” (етимологічні версії при цьому відсилають ще до значень слів *благо, суть/суще, єство*).

В індоєвропейських мовах слова з коренем *st-* вказували на “твердість, міцність”, “пряmostояння (стовбур)” – на те, що може і має лежати в основі чогось і, перш за все, – самого Буття/Життя, Космосу: д.-інд. *sthirás* – “міцний”; лит. *stóras* – “сильний”, “важкий”; д.-ісл. *stórr* – “великий, величний, гордий”; укр. *старий* (у значенні “мудрий, досвідчений”). У зв’язку з цим сакральними стали першозначення таких слів, як укр. *стовп, стовб* та ін. Слов’яни-язичники зображали верховного бога, бога вогню Перуна у вигляді дерев’яного ідола – стовпа. У зв’язку з цим заслуговують на окрему увагу першозначення назв в українській мові і багатьох інших слов’янських мовах, виготовлених із дерева, зокрема слова *стіл*, що, насамперед, осмислюється космічно як “престол”, “вівтар”, “ложе”, на якому народжують і на яке кладуть померлого; *стіл* – це те, що стоїть (див. вище значення псл. кореня \**sʔt*) і водночас є основою, опорою, стовбуром (пор.: в англійській мові семантичні переходи образу дерева (стовбуру) також в істину): до речі, одна з середньовічних карт світу зображена на столі. Принагідно, згадаймо назву роботи П. Флоренського “Столп и утверждение истины”, для якого “*істина* – це сутність, єство, на відміну від уявного і такого, що не існує” [цит.: за пр. Топоров 1981, с. 139].

Очевидними є семантичні переходи першозначень *істини*, навіть корелятивні рефлекси, з дієсловом *бути* “існувати / бути наявним”, “перебувати”, “проявлятися”, яке походить від ст.сл. *быти*, спорідненого з д.-інд. *bhuti* “гарний стан”, “бути”, “успіх” [Фасмер 2004, т. 1, с. 260], *bhutam* “істота”, “світ”, а ці останні – від і.-є. кореня *\*bhei* – “бити, розсікати / розривати / розтинати”. З цього випливає, що поняття “суцього” як втілення і вираження “бути” пов’язане з космогонічним поняттям “небесного розриву/удару, розтину”: пор., і.-є. *\*bei-* “бити, розсікати/розтинати” і англ. *be* – “бути, існувати”; а також тох. (А) *tak* “бути, існувати”, що співвідноситься з і.-є. коренем *\*kes* (і.-є. *\*ues*) “розсікати / розтинати”. Тут наявні й фонетичні відповідники у сучасній українській мові *бити* – *бути*.

У наведених значеннях синкретичною була первісна семантика “удару”. Первісною людиною удар сприймався як творчий акт, який оживляє, а ще запобігає хворобі: пор. і.-є. *\*kel-* “завдавати удару”, проте ц.-слов. *celiti* “лікувати”, англ. *health* “здоров’є”. Язичники лякали, відганяли злих духів ударами палиць, барабаним боєм. І, як наслідок, ціннісний смисл удару в первісній індоєвропейській етнічній свідомості мав очисну символіку: і.-є. *\*kes-* “бити”, але укр. *чистий*; д.-англ. *hrinan* “бити”, але і.-є. *\*rein* (“чистий”, “безгрішний”), англ. *rain* “дощ” (зв’язок із небом; очисна функція дощу і життєдайна його сила).

З іншого боку, *Буття* пов’язується з символікою поняття “тягнутися догори” – міфологічного верху/неба, “займати вертикальне положення” (і.-є. *\*bhu-* “тягнутися вгору”). При цьому нагадуємо, що першозначення “вертикальний” асоціювалося в первісній свідомості язичників із чимось священним і божественним.

Наведені паралелі (семантичні переходи і рефлекси *істини* і *бути*) аж ніяк не є випадковими, адже вони відображають давню космогонічну парадигму про створення Всесвіту, коли Божество розірвало Хаос усередині Всесвіту. Цікаво, що і в сучасній фізичній концепції йдеться про первинний “космічний вибух”, що став імпульсом до створення світів.

Не менш переконливим є і біблійно-християнське розуміння істини, яке пов'язує із д.-євр. коренем *-mn-* і, зокрема, із похідним від нього дієсловом *oman*, яке означає “підтримав, став опертям” (див. вище значення “стовбур”); *omnā* – “колона”, *āton* – будівельник; *omēn* – учитель, тобто “будівельник душі”; *āmēn* або Новозаповітне біблійне *Амінь* – “слово моє є твердим і міцним”, “воістину” “так має бути” і “нехай буде так”. Це біблійне христинське слово, як пише П. Флоренський [Флоренский, т. 1, 1990, с. 17-19] і на якого покликається М. В. Черников [Черников 1999, с. 167], служить формулою для скріплення союзу або клятви.

Клятва (обітниця, договір, згода тощо) становила певний ритуал, і лат. *veritas* має безпосереднє відношення до ритуалу. *Veritas* – це, передовсім, слово (“дав слово – дотримуйся обіцяного”), правдивість, істинність якого ритуалом засвідчено, скріплено; слово, яке визначає долю людини і цілого роду, слово, яке передане людям богами через посередника [див. Мартиненко 2016].

Пор., генетично споріднене д.-ісл. *varar* “договір”, “**обітниця**”, авест. *vár-* “вірити”, *varəna-* “віра”, нім. *wahr*, арх. ірл. *fir* “вірний, правдивий, істинний”; арх. фризьк. *swera*, гот. *swaren*, арх. сканд. *sverja*, нім. *Schwören*, д.-а. *sverge* “клястися, поклястися” і безпосередньо англ. *swear* “клятва, обітниця”, “урочиста обіцянка”.

У ритуалі клятви давали слово, клялись у вірності на крові (пор. англ. *blood swear*), а тому не випадковими, а закономірними є такі генетично споріднені відповідники з шум. *ùri-* “кров”, з уг. *vér* “кров”, а також із іншими мовами фіно-угорської мовної групи, зокрема з ест. *verevanne* “обітниця, клятва на крові”. Загалом клятва вірності на крові (уг. *vérszerződés*) була угорською традицією з XII століття.

Наведені семантико-генетичні й фонеморфологічні зв'язки лат. *veritas* є очевидними також з укр. *віра* (ц.-сл. *вѣра*), які сягають і.-є. кореня *\*uer-* з численними його синкретичними першозначеннями (“повертати”, “гнути”,

зв'язувати" та ін., переходи яких О. О. Черхава вбачає у значенні "повертати на шлях істинний" [Черхава 2016, с. 165-167], тобто "вірний", а тому "правильний" уточнення – Н. С.), з-поміж яких є і значення "говорити" (Слово). Індоевропейські похідні вказанного кореня: \*uega "віра", \*ueros "істинний" (Істина) дістали подальшого семантичного розвитку, зокрема в латинській мові: лат. *verum* "правда", "істина" (пор. *verum* – *verbum* "слово"), у д.-в.-нім. *wara* "істина".

Отже, попередні спостереження за першозначеннями поняття "істина", які сформували етнічні індоевропейські константи, а згодом і праслов'янські константи з їх уже новими для того лінгвокультурного (як сакрального, так і профанного) середовища домінантами, дають підстави для узагальнення про те, що саме динаміка процесу руху до Віри – як до пікового, актуального статусу Буття, і є тією екзистенціальною Істиною, яка виявляється в розумінні й сприйнятті Реальності навколишнього світу. А тому інваріантним ядром (етнічною індоевропейською/язичницькою, а згодом і християнською константою) істини є її зв'язок із Сущим, що і є наявним, стабільним (і.-є. \*st) порядком.

*Veridicus* – "істинний", "правдивий", *veratrix* – "віщун"; *verax* – "той, хто сповіщає істину, пророкує". Дослідники (Т. В. Васильєва, О. Мартиненко та ін.) відзначають, що в пізнішій латині *veritas* стає юридичним поняттям і терміном, і в такий спосіб відбувається зближення істини і закону [Васильєва 2002, Мартиненко 2016]. Проте, все ж таки можна припускати первинну єдність істини-закону (синкретичності), що цілком природно в рамках ритуалу, який відтворює справжній міф, тобто міфічну істину космічного закону, переданого людям богами. Те, у що можна було лише вірити (пор. укр. *віра* і лат. *verus* (-um) "істина") [Мартиненко 2016, с. 22-23]. Пор., лат. *rīte* "ритуал" та генетично споріднене з ним давньоведійське *rtá-*, яке у Ведах позначало універсальний космічний закон, що забезпечував і перетворення хаосу на порядок, і збереження основних умов існування Всесвіту й людини, світу речей і світу духовних цінностей [Топоров 1981, с. 142].

Згодом з розвитком диференційованої свідомості “істина” і “закон” розділилися і стали термінологічними поняттями. При цьому семантичні зв’язки істини й закону послідовно доводять у найновіших філософсько-етимологічних джерелах і студіях [Михальчук 1997]. Так, зокрема, М. В. Черников і Л. С. Перевозчикова у своїй статті переконливо демонструють, що витoki першозначень істини пов’язані зі стабільним порядком й етимологічно сягають слова *устав* у значенні “закон” [Черников, Перевозчикова, 2015, с. 147].

Безумовно, *устав*, як і істина, зберігає у своєму морфемному складі і.-є. корінь *\*st*, який пов’язаний із семантикою “установлення стабільності, порядку, укладання договору”, в основі якого лежало надане *усне* (-*m*-випало унаслідок дії закону спрощення приголосних в українській мові) **слово**, а тому можна припустити походження слова *устав* від *уста* – “губи” (див. вище перехід у значення “говорити”), а ще зі значенням псл. кореня *\*syt* “стояти”, від якого походить слово *устої*, тобто “порядки, норми, власне закони”. Про це пише і О. М. Трубачов, коли говорить про розвиток семантичної структури слова *закон*, пов’язуючи його першозначення з “установленням, регламентацією поведінки між людьми, їхніх обов’язків спершу в язичницьких культурах” і доводячи закономірність того факту, що ця первісна семантика була доповнена згодом у християнстві новим смислом “установлення порядку від єдиного Бога” [Трубачев 1990, с. 103].

Діада “істина – закон” завжди розглядається крізь призму їхнього співвідношення з розумінням поняття “правда” [Степанов 2004, с. 455–471].

У традиційній слов’янській етимології слово *правда* виводять із псл. кореня *\*prav-* “прямий – який не відхиляється вбік”, “правильний”, “правий”. Ці значення пов’язують як і з просторовою орієнтацією, так і з моральною (зокрема і релігійною) цінністю [Черников, Перевозчикова, 2015, с. 147-148]. З першого просторового первісного значення “прямий” розвинулося друге – уже морально-ціннісне значення з ідеєю “правильності” як проходження прямого, кращого шляху. Показово, що саме поняття шляху в давнині



означало пряму дорогу, прокладену за оптимальним напрямом [Сорокин 1992]. На цій основі згодом виникають смисли вказівки на “правильний” (прямий) шлях – звідси, значення на зразок “скеровувати” та його подальші семантичні зсуви у “керувати, наставляти (можливо, звідси уже християнське: “наставляти на шлях істинний, тобто праведний”), “керівник, наставник” та ін. (див. про це: [Черхава 2017]).

Безпосередньо морально-ціннісна сема архетипного значення “правий” диференціюється семами ‘діяти/чинити правильно, по совісті’, ‘невинний’, ‘чесний’, ‘справедливий’. По суті, “правий” означає “такий, що є нормою, або вказує на норму для наслідування” [Іванов, Топоров 1978, с. 228; Фасмер 2004, т. 3, с. 372].

Відповідно, правда виступає як загальне поняття для встановлення й дотримання норми, і у плані того, що приймається за норму, і у плані виконання, реалізації норми (*правду правити*). Тому лексема *правда* мала такі першозначення, як “обітниця, обіцянка”, “заповіт”, “правила, закони – устав”, “договір”, “права” [цит. за пр. Черников 1999, с. 166]. Ці ж першозначення, як уже було прокоментоване вище, були характерними і для істини, і для віри.

Утім, правда тяжіє все ж таки до знання нормативного (прескриптивного) плану, в якому задається певна модель дії, стратегія того, що і як праведна людина повинна робити. Тимчасом істина орієнтується на знання дескриптивного плану, де визначається модель дійсного стану справ, модель суцього, сутності, наявності.

Отже, ціннісне діахронійне ядро субматриць TRUTH / ІСТИНИ у свідомості давніх британців й українців формувалося шляхом послідовного становлення світоглядних цивілізаційних засад БУТТЯ (світобудови і світопорядку) індоєвропейців, прагерманців і праслов’ян на базі їхніх первісних уявлень про ці поняття у три еволюційні етапи: 1) космогонічний, 2) християнсько-біблійний, 3) новоевропейський (секулярний).

Звідси випливає, що в біблійному ціннісно-світоглядному фрагменті субматриць ІСТИНИ, її ядром і є сам БОГ: Він сам ІСТИНА і Він же установитель її як дійсно існуючого світу, його законів і порядків, визначених норм поведінки, закладених у заповідях, тобто вказує ПРАВДУ життя. І це все мотивує віру в єдиного БОГА та його цінності/заповіді, наступною світоглядно-цивілізаційною категорією з яких після ІСТИНИ у ланцюгу, визначеному ще давніми мислителями, є ДОБРО.

3.2.2 Діахронна етносеміометрія ядра матричних аксіоконцептів GOOD / ДОБРО. Поряд з такими сутнісними діадами, як “небо і земля”, на засадах яких формувалися ціннісно-світоглядні установки планетарного Буття, основним вимірювальним інструментом для пізнання людиною істини / не-істини (прийняття порядку світоустрою і непохитна віра в необхідність дотримання установок, правил, законів цього порядку) була первинна семантична бінарна діада “добро і зло”.

Концепти GOOD / ДОБРО всередині міфологічної системи не мали буквальних маркерів і назв, і первісна їхня семантика була наскрізно синкретичною і космогонічною.

Зокрема, що стосується первинної семантизації діахронно-ціннісного ядра концептів GOOD / ДОБРО, то етимологія їхніх імен/назв показує, що сформовані в їх семантичній структурі етнічні константи відображали уявлення індоєвропейців про єднання, про колективні дії, насамперед, для зв'язку з Божествами з метою здобути покровительство у вигляді дарів матеріальних благ/богатства, але не в розумінні накопичувальних статків, а як обожнення – свідчення близькості до богів (увірування в їх єство, тобто істину їх божественної сили), як результат прояву добра до тих, хто до них звертається під час ритуалу (і саме такими були первісні язичницькі ціннісні уявлення про добро), які згодом трансформувалися у символіку духовного єднання і надалі – релігійного, тобто єднання з Абсолютним Богом, який і є

справжньою “істиною/сущим” (створеною Ним і наданою людям для праведного життя через віру в Його єство) (Таблиця 3.3)

Таблиця 3.3

**Ядерні першозначення імені концепту GOOD  
та їх семантичні переходи  
(міметична схема і.-є., п.-герм. і псл. \*g-кореня)**

Індоєвропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Давньоанглійська форма / значення	Праслов'янська форма
<b>GOOD</b>			
<p><b>*ghedh-</b></p> <p>1) “об’єднувати, бути об’єднаним” 2) “зв’язувати(-ся)” 3) “викликати, благати”</p>	<p><b>*gōda</b></p> <p>1) “відповідний, гідний, придатний”</p>	<p><b>gædeling</b></p> <p>1) “друг, приятель”</p> <p><b>(ge)gada</b></p> <p>1) “друг, чоловік”</p> <p><b>geador, to gædere</b></p> <p>1) “разом”</p> <p><b>gadrian, gæd(e)rian</b></p> <p>1) “збиратись”</p> <p><b>gōd</b></p> <p>1) “відмінний, цінний”, 2) “бажаний, сприятливий, вигідний”, 3) “повний, цілий, завершений”, 4) “благодотворний, ефективний”, 5) “праведний, благочестивий, добродієсний” 6) “те, що є добрим, хороша річ” 7) “благість”, 8) “перевага, користь”,</p>	<p><b>*godъ</b></p> <p>1) “вдалиї час” 2) “доба” 3) “час” 4) “випадок, привід, подія”</p>

<p><b>*gheu(e)-</b> 1) “викликати, благати” 2) “жертвна тварина, принесена божеству”</p> <p><b>*ghu-to</b> <b>*ghut-</b></p> <p>1) “те, що викликається”, 2) “той, кого викликають у ритуалі для здійснення чуда, дива”</p> <p><b>*ġhauə,</b> <b>*ġhu-</b> 1) “викликати, закликати”</p>	<p><b>*guthan</b> 1) “викликати дух божества” 2) “вище божество”</p> <p><b>*guota</b> 1) “Бог”</p>	<p>9) “дар”, 10) “чеснота”, 11) “власність”</p> <p><b>gōd</b> 1) “вища істота, божество”, 2) “християнський Бог”, 3) “подібність Бога”, 4) “Богоподібна (божественна) людина”, 5) “милосердна людина”</p> <p><b>ge-sæ</b> 1) “власність, багатство, добробут, щастя”</p> <p><b>gestreon, gaersum</b> 1) “багатство, скарби”</p>	
--	--	---	--

У словнику Ю. Покорного лексема *good* має і.-є. природу і сягає кореня *\*ghedh-*, що мав першозначення “об’єднувати, бути об’єднаним”, “зв’язувати(-ся)” [Покорний стор. 1068], семантичні переходи яких простежуються у д.-інд. *gādhyas* “той, кого слід сильно тримати”, *gadhitas*

“стиснутий”, у д.-а. лексемах *gædeling* “друг, приятель”, *(ge)gada* “друг, чоловік”, *geador*, *tō gædere* “разом”, *gadrian*, *gæd(e)rian* “збирати(сь)”, у гот. слові *gadiliggs* “двоюрідний брат, кузен”, нім. *Gatte* “чоловік”, які є безпосередньо похідними від п.-герм. форми *\*gōda*, що мала значення “відповідний, гідний, придатний”, від якої, зокрема, утворилося гот. *gōþs* “хороший”.

В. В. Левицький в “Етимологічному словнику германських мов” зіставляє п.-герм. форму *\*gōda* з іншими реконструйованими етимонами для генетично споріднених слів поза межами германських мов, передовсім, із псл. *\*godъ*, похідними відповідниками якого є укр. *гожий*, *годиться*, *гідний*, *угóда*, *погода*, рос. *год*, *годний*, *погода* та ін. [Левицький, с. 221].

Звісно, ці семантичні припущення потребують ґрунтовніших аргументів із приводу генетичних рефлексів п.-герм. *\*gōda* і псл. *\*godъ*, бо окремі етимологи заперечують і фонетичні, і семантичні зв’язки цих коренів. Але коректне прочитання етимологічних версій дає всі наукові підстави для спростування таких тверджень, і саме про це пише В. В. Левицький. Наведемо генетичний (як фонеморфологічні похідні, так і семантичні деривати) матеріал для рос. слова *год*, який надалі буде залучено у процесі аналізу семантичних переходів і.-є. і п.-герм. відповідників лексеми *good* в англійській мові.

Ближча етимологія лексеми рос. *год* (або внутрішня реконструкція, яка обмежується залученням відповідників лише зі слов’янської групи мов) пов’язана з діал. формами *гóде*, *гóди*, *годъ* “достатньо, досить як завершення чогось”, пор.: укр. слово *гóді* “досить”, д.-рус. *годъ* “час, у значенні строк”, ст.-сл. *годъ*, болг. *годé* (*кой-годе*) “хто б ні”, с-хв. *годъ* “свято”, словен. *godъ* “пора, стиглість, свято, роковини”, ч. *hod* “час, свято”, п. *godu* (мн.) “святкування”, в.-луж. *hody* (мн.), н.-луж. *gódu* “у значенні народження”. Сюди ж *погóда*, рос. *вы́года* / (у значенні укр. КОРИСТЬ – останній концепт у ланцюгу античних ціннісних категорій), *угóда*, *гóдный*, *годі́ться*. Припускають, що псл. *\*godъ* також має генетичні зв’язки з лськ. *gads* “рік”

[ЭСУМ, т. 1, с. 581; Этимологический словарь славянских языков. М.: Наука, 1979. т. 6., с. 191-192; Этимологический словарь славянских языков: (Праслав. лекс. фонд). М.: Изд-во АН СССР, 1963].

Дальня етимологія (зовнішня реконструкція, яка виходить за межі групи і залучає відповідники з інших мовних груп та окремих мов індоєвропейської мовної сім'ї) засвідчує генетичну спорідненість рос. *god* з лськ. *gadiġs* “здібний, поважний, шанований”, *gadiĭ* “здобувати, знаходити”, *gadiĭieš* “бути, з'являтися”, *gùods* “честь, слава”, лит. *giūdas* “честь, слава, частування”, д.-в.-н. *gigat* “гідний, придатний”, *gatuling* “родич”, с.-в.-н. *(ge)gate* “товариш, чоловік (для дружини)”, с.-н.-н. *gaden* “подобатися”, н.-в.-н. *gätlich* “придатний”, гот. *gadilings*, д.-фризьск. *gada* “об'єднувати” (пор., у Ю. Покорного первісну семантику і.-є. кореня *\*ghedh-* “об'єднувати”), гр. *ώρα*, *καρός*, *χροός* “пора/доба, час”, гр. *ἀγαθός* “дорогий/хороший”, алб. *ngae* “випадок, вільний час” [Фасмер М. Этимологический словарь русского языка].

Ці наведені версії слід читати як когнітивно-матричну формулу, в якій відображено уявлення індоєвропейців про необхідність колективного виживання (єднання для полювання, для військових дій, а передовсім, для збирання врожаю (який визрів/є вже достиглим за певний період час для його збирання) гожих (гідних у значенні сильних, міцних, придатних, вірних один одному (значення “друг, приятель”, і навіть кровно споріднених (значення “брат”)) для цього чоловіків, а також для колективного виконання ритуалу жертвопринесення (дарів) Богу за гарну погоду, завдяки якій достиг вчасно (у відповідний термін) хороший врожай, з одного боку, а також придатний для його подальшого використання, – з іншого. Саме так коментуємо етимологічні переходи між генетично спорідненими формами: і.-є. *\*ghedh-*, п.-герм. *\*gōda* і псл. *\*godъ*.

Етимологічні версії цих генетично споріднених форм: і.-є. *\*ghedh-*, п.-герм. *\*gōda* і псл. *\*godъ* відображають ритуал, в якому надзвичайно важливим

було ім'я Бога, до якого зверталися і який з'являвся в уяві тодішніх людей у вигляді достиглого врожаю як матеріальних дарів від нього.

Як зазначє Д. Л. Шкуров, магічна функція імені Бога полягала у тому, що в давніх культурах без нього неможливим був жоден культ. Лише звертаючись на його ім'я, можна було впливати на нього шляхом жертвопринесення (дарунків), подяки тощо. Поіменований бог відгукувався на заклик свого імені, і саме так здійснювався ритуал [Шкуров, с. 216].

Пор.: першозначення і.-є кореня *\*ghu-to*, *\*ghut-* “те, що викликається”, а також і.-є. кореня *\*gheu(e)-* “(ви)кликати, благати”, а ще “жертвна тварина, принесена божеству” та їх семантичні переходи спершу в п.-герм. форму *\*guthan* і надалі у д.-сакс., д.-фриз. *god*, д.-в.-н. *got*, гот. *guþ*, д.-англ. *gōd*, нім. *Gott* та їхні значення “вища істота, божество; згодом християнський Бог; подібність Бога; Богоподібна (божественна) людина”. Імовірно, що з коренями *\*ǵhaua*, *\*ǵhu-*, *\*ǵhut-*, *\*gheu(e)* “викликати, закликати” семантично кореспондуються псл. *\*z̥vati*, ц.-сл. *zovo*, санскрит. *huta-* зі значенням “звати, називати”, а також укр. *звати*, рос. *звать*. Загалом першозначення цих коренів можна символічно описати як “божественна сутність, яку зуть до принесеної жертви” [<https://www.etymonline.com/search?q=god>].

Учений також наводить ще “одну версію, за якою п.-герм. *\*guþ* є похідною семантико-генетичною формою від і.-є. *\*ǵhe-*, в якому реконструюється значення “лити” (“той, для кого виготовляють жертвну плиту (подібні кам'яні плити були знайдені у раннескіфських та інших курганах” – див. про це: [Алексеев 2009, с. 12-19]) і порівнює з д.-інд. висловом “підливати масла у вогонь, жертвувати”).

Ці та багато інших семантичних переходів аргументує в “Етимологічному словнику германських мов” В. В. Левицький і зазначає, що і.-є. корінь *\*ǵhutó-*, якого сягає гот. *guþ*, ще не персоніфіковано називає божество “той, кого викликають у ритуалі для здійснення чуда, дива”, проте його п.-герм. дериват *\*gudā-* уже має безпосередньо значення “Бог”. Припускають, що від цього і.-є. кореня походить ім'я вождя *Gaut*, який був

“обожнений” і вже від якого утворилися назви трьох германських племен: *the Geats, the Goths i the Gutar*.

Первісна семантика “викликати божество” і.-є. і п.-герм. коренів має очевидні зв’язки з чуттєвими уявленнями їхніх нащадків – вже давніх британців – про “надприродне створіння”, на позначення якого вживалася лексема *ghost* (генетичними дериватами якої є також д.-сакс. *gest*, д.-фриз. *jest*, нім. *Geist* “дух, привід”), похідна від п.-герм. кореня *\*gaistaz*, що вже у д.-а. мові набула значення “дихання; добрий / злий дух, ангел / демон”, а ще “людина, особа, істота”, які у християнську добу трансформувалися у значення “душа, дух, життя”, адже Бога уявляли як безтілесну, нематеріальну субстанцію, що перебуває у світі духовному [Левицький, с. 201; Покорний, р. 1076; <https://www.etymonline.com/word/ghost>].

Як свідчать етимологічні гіпотези (П. Я. Черних), для язичників, душа і дух становили дуже тонку й легку, схожу на пар або дим, субстанцію і яку, насамперед, вони пов’язували з повітрям, **диханням** тощо. “Историко-этимологический словарь современного русского языка” (П. Я. Черних) містить відомості про розвиток семантики і.-є. кореня *\*dheu-* (див надалі і.-є. *\*dheus/dhous* “повітря”, “безтілесна сутність” [Цыганенко 1989, с. 120]), в якому розвинулося значення “крутитися”, “дути” на базі уявлень язичників про рухоме кружляве повітря, зокрема від безпосередніх спостережень учасників ритуалу жертвопринесення за рухом і підняттям догори (уверх, до неба) продуктів горіння – диму [...] [Черных 1999, с. 275].

Про семантичні рефлексії значення “дихання” англ. слова *breath* дуже переконливо пише А. Батуєва, [Батуева с. 11], зазначаючи, що ця лексема у своїх першозначеннях символізувала життя, “животворящий дух”, і припускає її семантичні кореспонденції з одним зі значень і.-є. кореня *\*ond-* “дихання”, яке було пов’язане із подувом, вітром, повітрям тощо.

У багатьох міфологіях, особливо в кельтській, подув наділявся магічною функцією: подих друїда руйнує ворожі укріплення, перетворює ворогів на каміння, відганяє злих духів (див. значення і.-є. кореня *\*bhei(ə)-*



“бити” (одним із компонентів ритуальних дій було биття палицями, щоб вигнати злий дух), генетичним дериватом якого є *breath*).

Фіксуємо семантичні переходи значення “повітря” у значення “дихання” в окремих індоєвропейських мовах, зокрема у лат. мові воно виявляється в лексемі *gais*, яка є генетично спорідненою з д.-а. *ghost* і в якій згодом розвинулися значення “живий”, “сприятливий” (повітря сприяє диханню) “хороший” (а тому воно є гарним), а також значення “світ”, “світлий”, що наявне і в семантичній структурі деривата *gaisma* “світло”, що, імовірно, є похідними від і.-є. \**ghel* “сяяти”, “виблискувати”.

Пор., в англ. мові *air* “повітря”, але у швед. *luft* “повітря”, яке сягає іншого і.-є кореня з семантикою “світ, сяяти”. При цьому відомо, що вже у язичників світло символізувало внутрішнє осяяння, просвітлення, уважалося явищем, яке мало космічну силу (блиск від грому, від удару метеориту (про ці семантичні зв’язки буде йтися далі при дослідженні діяхронного ядра імені концепту КРАСА), відчувалося як безмежне добро й справжня істина). Звідси, повітря уважалося теж тотемом, якому вклонялися як божеству: пор. англ. *air* “повітря”, але д.-а. значення “шанувати, вклонятися”, д.-інд. “набожний”.

Стилізована у християнській літературі д.-а. форма *ghost* (“дихання”, “дух”) вживалася для інтерпретації латинської лексеми *spiritus* (англ. *spirit* “дух” [Мюллер 1990, с. 668, 674]) зі збереженням її значенням “Святий Дух” [<https://www.etymonline.com/word/ghost>].

Ці стислі етимологічні версії імовірного походження імені концепту GOOD необхідні для розкриття його діяхронного ядра, де такі філософські (морально-етичні) й релігійні поняття, як душа і дух сформувалися внаслідок їх сакралізації спершу в міфологічній сфері, а згодом і в монотеїчній і християнській. І в обох цих традиціях душа уявлялася як життєве начало, яку пов’язували з матеріальним тілом людини і яка відповідала за чуттєву й емоційну складову її життя. Тимчасом дух (дихання) вважають безсмертною частиною душі і носієм розуму [БТСРЯ 2000, с. 289].

Очевидно, що під впливом християнства п.-герм. форма іменника \**guthan*, що мала значення “викликати дух бога” і належала до категорії середнього роду, поступово трансформувалася уже в д.-а. мові в іменник чоловічого роду *gōd* (єдиний Бог-Отець).

Ця д.-а. назва *gōd* “deity” була синонімічною за семантикою також до латинського номена *dues* (назва бога в римському пантеоні). Обидві лексеми паралельно вживалися в англійській мові давнього періоду. Але при цьому цікавою є ще версія семантичних рефлексів значення “вищий бог” з символікою гот. слова *ansuz* (брит. *os* – “ас”), яке мало теж значення “вище божество”, але винятково в пантеоні богів германців (божественна сила, шлях до богів для пізнання себе, яка дасть змогу збагнути тайни вищого устрою світу/істини/буття) і не пов’язувалося з монотеїчним Богом. “Ансуз” символізує “розум/дух” і метафорично уявляється як повітря, необхідне для підтримки життя в будь-якій формі. Також він виконує роль посередника, бо саме завдяки повітрю є звуки, які в безповітряному просторі не поширюються. З цієї причини звук, слово, спілкування тощо – головні відповідники з “Ансуз”. У магії, тобто в ритуалі всі звуки і слова дуже важливі. Через слово встановлюється зв’язок з богами, і ця традиція дійшла і до християнства у вигляді молитви.

Тому вже в добу християнізації у давньоанглійській мові саме слово *gōd* (а індоєвропейсько-латинізоване *deus* у значенні “Бог” стає поступово історизмом і вживається надалі в англійській мові в його дериватах зі значенням “день”) закріплюється на позначення Бога/Господа.

Окрім того, п.-герм. корінь \**guthan* із семантикою “вищий бог”, що сягає і.-с. кореня \**ghedh-* “(ви)кликати, благати”, “єднатися”, демонструє переходи з коренем \**gheu(e)-*, в якому розвинулося значення “збентежений, здивований”, імовірно, на фоні генетично спорідненої форми \**gheis-*, що переважно вживалася на позначення “страху” і від якої походять санскр. *hedah* “страх, гнів богів”, авест. “жахливий, лякати”. Ця форма є розширенням і.-с. коренів \**ghē-/ghəǵ-*, \**gheis-*, одним зі значень яких є

“схвилюваний, збуджений стан людини” і яке відображає уявлення про ритуальне (культове) збудження психіки – екстаз, транс тощо) [Wahring 1991, S. 534].

Виявлені семантичні переходи пояснюємо тим, що в міфологічній свідомості Буття уявлялося як дари богів, а тому пізнання дійсності відбувалося на основі безпосередньої взаємодії людини з природою, яка безумовно лякала своєю непередбачуваністю і суворістю. Відтак, з’явилося і розвинулося у людини цього типу свідомості відчуття емоції страху. І, передовсім, цей страх людина відчувала у процесі сприйняття чудесних явищ, дива, найголовнішим з яких була поява бога (згадаймо вже згодом у християнстві, як різні дива викликали страх і емоції, зокрема зцілення, і, насамперед, вокресший Христос, коли ангел сповіщає про це дивовижне чудо, то учні налякані тікають від труни для повідомлення іншим людям: (див. Новий Заповіт від Матфея (Мф. 28 : 8)). Люди відчували страх у разі, якщо не було врожаю, здобичі в полюванні, якщо зазнавали поразки над ворогом тощо. Вони уважали це провиною перед богами. Тому язичники шанували, вклонялися божествам і водночас боялися/лякалися їхньої немилості й покарання. З цією метою необхідно було єднатися між собою для налагодження зв’язків з богами, а також дотримуватися законів природи і правил тодішнього буття.

З, одного боку, первісними етнічними константами формування чуттєво-морально-етичної сфери британців було поєднання в їх характері й ментальності мілітарності, войовничості, а, отже, сміливості, а з іншого, почуття страху перед богами за їхню немилість і сприйняття вже її як порушення установлених порядків і законів природного світу (істини).

Якщо надалі розглядати семантику дієслова *боятися*, то вона сягає і.-є. кореня *\*bhegu-* “бігти, тікати” (“від страху перед богом” – Н. С.) ” [Pokorny 1959, S. 116] і може бути пов’язана з відчуттям панічного страху і втечі від зустрічі з ним: “*тікати від переляку*”. Пор., лат. *timor, timeo* “страх, боятися”,

яке Ю. Покорний пов'язує з і.-є. коренем *\*d̥uei-* (*\*d̥u̯(u)-*) “боятися” і водночас “бог” [Pokorny 1959, S. 227–228].

В англійській мові дієслово *to tremble* генетично має і.-є. корінь *\*tres-* “тремтіти від переляку”, а ще і.-є. *\*trem-* “тупотіти, барабанити” (можливо, інтенсивні дії у момент ритуалу виклику божества – Н. С.) [Pokorny 1959, S. 1092–1093, 1095] (див. далі – семантичні переходи у слов'янських мовах: рос. *трус*, укр. *боягуз* (псл. *\*bogъ* “бог”, звідси, “богобоязлива людина”). І у християнський час віруюча людина асоціювалася як богобоязлива. Лише згодом укр. *боягуз*, як і рос. *трус* стали продуктами секуляризації колишніх священних (сакральних) уявлень і понять.

Семантично страх як внутрішнє відчуття, яке характеризує очевидця чудес, реконструюється ще в одному і.-є. корені *\*agh* “пригнічення душевного стану”, генетично пов'язаним із коренем *\*bhei(ə)-*, який має значення “бити” (імовірно, ця семантика є результатом виконання акції биття жертвовної тварини у ритуалі виклику божества і принесення йому дарів з метою отримати від нього теж “матеріальні блага”) співвідносне з “бути як з'являтися” у значенні “бог” (з появою божества).

Але матеріальні блага тут варто розглядади, за словами А. Я. Гуревича, не як засіб товарного обміну і джерело накопичення, а як символ і знак винагороди вищих божеств. Саме такою була первісна семантика значення “багатство” в язичницькому суспільстві (як матеріальні дари богів). Окрім того, захоплені у військових набігах коштовності перетворювалися на знак відваги і сакралізації як, правило, до обожнення вождя (подальший розвиток значення “божественний” у п.-герм. кореня *\*guda* та його генетичних дериватах і семантичних відповідниках і.-є. *\*bhag-* і п.-герм. кореня *\*bakka(n)-*).

Про це зазначає В. В. Левицький, коментуючи походження назви бога у слов'янських мовах, яка генетично споріднена з д.-інд. *bhaga-* “той, хто роздає, розподіляє блага, любов” [Левицький, с. 229], що, відповідно, сягає

п.-герм. кореня *\*bakka(n)-* [Левицкий, с. 229], похідного від і.-є. *\*bhag-* “удача, процвітання”, які простежуються і для д.-інд. *bhāgas* “той, хто дарує, Господь”, д.-перс. *baga-*, авест. *baḡa* “Господь, Бог”, похідних від д.-інд. *bhājati*, *bhājatē* та їхніх першозначень “наділяє, ділить”, авест. *baḡsaiti* “бере участь” та ін. першозначень д.-інд. *bhāgas*, яке синкретично пов’язувалося з “надбанням, щастям”, а авест. *baḡa-*, *baga-* – з “долею, участю” [...] [Фасмер 2004, т. 1, с. 181-182].

Загалом від і.-є. корня *\*bhag-* походить значна група слів у слов’янських мовах: псл. *\*bogъ* “бог” (в “Етимологічному словнику слов’янських мов” ст.-сл. *Богъ*, п. *bog*, укр. *бог* має значення “одна з вищих неземних істот, що стоїть над світом; вища сила, верховна істота, що стоїть над світом”), псл. *\*bogatъ* “богатий” (букв. “той, що перебуває під захистом, опікою богів”), псл. *\*sъbožъje* “щастя, багатство” від якого утворилося укр. *збіжжя* “хліб, приміщення для зерна” [Левицкий с. 87]. Підтвердження цим версіям знаходимо і в етнолінгвістичному словнику “Славянские древности”, де йдеться про те, що “міфологічних персонажів вищого рівня праслов’яни називали словом *\*bogъ* “бог”, жін. божество *\*bogyni* [Славянские древности, с. 206].

Але сумніви і подеколи скептицизм О. М. Трубачова у тому, що “немає підстав уважати псл. *\*divъ* (ст.-слов. *диВъ* у значенні “чудо, диво”) – споріднене позначення бога в інших індоєвропейських мовах [...] (лит. *dievas*, лськ. *dievs*, прус. *diaws*) та д.-інд. (*deva-*) [...]”) первісною слов’янською назвою бога [Трубачев В. 5, с. 35], не є переконливими, бо вище наведені етимології індоєвропейських коренів (пояснення реконструйованих етимонів відповідно до прочитаних (і прокоментованих) нами етимологічних версій походження імені/назви бога), на базі яких формувалися уявлення як германців, так і давніх слов’ян – нащадків індоєвропейських народів/етносів про добро, свідчать якраз про не випадковість, а закономірність як фонеморфологічних, так і семантичних

відповідників латинських назв бога та їх переходів у слов'янських мовах. При цьому іранський вплив на розвиток форми і значення слова *\*bogъ* заперечувати не можна [Славянские древности, с. 206], лише з уточненням, що це, імовірно, були індо-іранські паралелі.

Для більшої аргументації фонеморфологічних і семантичних генетичних зв'язків слова *добро* з і.-є. d-коренями *\*dhabh-/dhābh-* (“відповідати (вимогам, порядкам, нормам)”, “бути гідним, зручним, придатним”), символіка якого безпосередньо пов'язана з поняттям “бог”, прокоментуємо його етимологію (Таблиця 3.4).

Зокрема, в “Етимологічному словнику української мови у 7-и т.” лексему *добро* уважають похідною від ст.-сл. *добръ*, яка сягає псл. *\*dobrъ* зі значенням “відповідний, підходящий, корисний” (див. вище значення і.-є. d-коренів *\*dhabh-/dhābh-*) і утворене від *doba* “доба” (див. також вище семантико-генетичні кореспонденції п.-герм. *\*gōda* (етимона для назви бога в англійській мові) і псл. *\*godъ* з основними їх значеннями теж “доба, час”), також зіставляється з лат. *faber* (*f* є результатом фонетичних законів, зокрема переходом і.-є. *dh* на початку слова: скоріше за все, преформанта *d* + хетське *h*) “творець”, “виробник”, надалі у словнику: “ремісник, що працює з твердими матеріалом, зокрема коваль, тесля”, лит. *dabnùs* “гарний, граціозний”, можлива спорідненість з д.-в.-н. *tapfar* та н.-в.-н. *tapfer* “хоробрий, сильний, міцний”.

Таблиця 3.4

**Ядерні першозначення імені концепту ДОБРО  
та їх семантичні переходи  
(міметична схема і.-є. \*d- \*g- \*b- коренів)**

Індоевропейські корені	Праслов'янська форма / значення	Старослов'янська форма / значення	Прагерманська форма / значення
<b>*dhabh- / dhābh-</b> 1) “відповідати (вимогам, порядкам, нормам)”	<b>*dobrъ</b> 1) “відповідний, підходящий, корисний”, 2) “бадьорий”	<b>добръ</b> 1) “добрий, хороший, прекрасний”	

<p>2) “бути гідним, зручним, придатним”</p> <p><b>*dhabh-/ dhabro-</b></p>	<p><b>*dobrъ(јь)</b>  1) “добрий, благий”,  2) “добрий (про людину)”,  3) “хороший, доброякісний”,  4) “вправний”,  5) “смачний”,  6) “сприятливий (про час)”,  7) “неабияких розмірів, великий”,  8) “пора, час”</p> <p><b>*dobro</b>  1) “добро, благо (морально-етичний зміст)”</p> <p><b>*dobrěti</b>  1) “ставати добрим, добрішати”  2) “дозрівати, досягати”</p> <p><b>*dobriti</b>  1) “удобрювати, покращувати”,  2) “добре відзиватися”,  3) “задобрювати”,  4) “догоджати”</p> <p><b>*dobrina</b>  1) “доброта, благо”,</p>	<p>ц.-сл. <b>добрый</b>  1) “хороший, доброякісний”,  2) “благий”,  3) “добрий (про моральні якості)”,  4) “знатний, поважний”</p> <p>ц.-сл. <b>добрити</b>  1) “удобрювати, покращувати”,  2) “добре відзиватися”,  3) “задобрювати”,  4) “догоджати”</p>	
--	--	--	--

<p><b>*ghedh-</b> 1) “об’єднувати, бути об’єднаним”, 2) “зв’язувати (-ся)”, 3) “викликати, благати”</p> <p><b>*bhag-</b> 1) “удача, процвітання”</p>	<p>2) “користь” <b>*dobrodějъ</b> 1) “людина, яка робить добре”</p> <p><b>*dobroŝtь</b> 1) “доброта, доброчесність”</p> <p><b>*dobrota</b> 1) “доброчесність, доброта”, 2) “красота”</p> <p><b>*dobrotьnъ(jь)</b> 1) “добрий” 2) “міцний, твердий, надійний”</p> <p><b>*dobryni</b> 1) “доброчесність, блаженство”</p> <p><b>*godь</b> 1) “вдалий час” 2) “доба” 3) “час” 4) “випадок, привід, подія”</p> <p><b>*bogь</b> 1) “Бог” <b>*bogatь</b> 1) “багатий (під захистом і опікою богів)”</p>	<p><b>добродѣи</b> 1) “людина, яка робить добре”</p> <p><b>добрость</b> 1) “доброта, доброчесність”, ц.-сл. <b>добрость</b> доброчесність <b>доброта</b> 1) “доброчесність, доброта”, 2) “красота” ц.-сл. <b>доброта</b> 1) красаота 2) добре ставлення ц.-сл. <b>добротьныи</b> 1) “добрий” 2) “міцний, твердий, надійний”</p> <p>ц.-сл. <b>добрыни</b> 1) “доброчесність, блаженство”</p> <p><b>Богь</b> 1) “одна з вищих неземних сутностей, що стоїть над світом” 2) “Вища сила, верховна сутність”</p>	<p><b>*gōda</b> 1) “відповідний, гідний, придатний”</p>
--	--	---	---



	<b>*sъbožje</b> 1) “щастя, багатство”		
--	---	--	--

Але знову ж таки бачимо неаргументовані сумніви щодо генетичних зв'язків псл. *\*dobrъ* зі значенням “бадьорий з д.-інд. *bhadrah* “зручний, підходящий”, гот. *batiza* “кращий”, англ. *better* [ЕСУМ, т.2, с. 98]. Ці переходи є очевидними й закономірними.

Що стосується генетичних дериватів псл. *\*dobrъ(jь)*, то в “Етимологічному словнику слов'янських мов” їх наведено для багатьох слов'янських мов (і більшість із цих значень є результатом трансформації язичницьких уявлень давніх слов'ян, відображених у значеннях “відповідний, підходящий, корисний”, у християнізовані): ст.-сл. *dobrъ* “добрий, хороший, прекрасний”, ч. *dobrý* “хороший”, “добрий”, “добропорядний”, ц.-сл. *dobrýj* “хороший, доброякісний”, “благий”, “добрий (про моральні якості)”, “знатний, поважний”, рос. *добрый* “той, хто ставиться до людей з прихильністю, проникнутий співчуттям до них; чуйний (протилежний злому)”; “незаплямований; бездоганний, сприятливий”, “сприятливий, радісний”, “хороший, чудовий”, “доброякісний”, “корисний”, “належного зросту”.

В українській мові прикметник *добрий* як результат розвитку ст.-сл. *dobrъ* від псл. кореня *\*dobrъ(jь)* означає “добрий, благий”, “добрий (про людину)”, “хороший, доброякісний”, “вправний”, “смачний”, “сприятливий (про час)”, “неабияких розмірів, великий”. Від цього ж кореня ще у псл. період утворилося субстантивована форма псл. *\*dobro*, що вже у всіх слов'янських мовах позначала сучасне розуміння значень “добро, благо” з їх морально-етичним змістом.

Цікаво, що О. М. Трубачов (і це підтверджує наші спостереження і коментарі) переконаний, що псл. *\*dobrъ* продовжує і.-є. корінь *\*dhabhro-*, який є похідним із суфіксом *-ro* - від дієслівної основи *\*dhabh-* [ЭССЯ Трубачев, с. 46]. Це ще раз підтверджує припущення, що ціннісно-світоглядні засади добра закладалися ще в космогонічній свідомості і були пов'язані з

внутрішніми відчуттями доєднатися до божества з метою отримання його покровительств (добра у різних проявах). І головним у ритуалі єднання був виклик божества на його ім'я, тому очевидними є семантичні рефлексії і.-є. \*ghedh- (“викликати”, “звати”, “єднатися”, “вище божество” та ін.), а також п.-герм \*gōda (“гідний”, “підходящий”, “відповідний”, “належний” та ін.) з і.-є. коренем \*dhabh-/dhābh- і, зокрема, з п.-герм. \*dab-/dōb- “відповідати (певним якостям), бути підходящим” та його дериватах: д.-а. *dæfte*, **ge**-*dæfte* “м'який, ніжний”, *gedafen* “підходящий, належний”, гот. **ga**-*dōfs* “вправний”, *ga-daban* “личити”. Ці фонеморфологічні й семантичні кореспонденції наводить в “Етимологічному словнику германських мов” В. В. Левицький і зіставляє їх із генетично спорідненими словами в українській мові: *доба* “пора, доба”, що сягає псл. \**dobrъ(jb)* “пора, час”, рос. “зручний”, припускаючи зв'язок значень “час” і “хороший” (у значенні достиглий вчасно хороший врожай, який приносить і матеріальне, і духовне задоволення (перехресні зв'язки з концептуалізацією уявлень давніх слов'ян про КОРИСТЬ), що мають регулярний характер (тобто фонетично, граматично і семантично закономірний, а не випадковий), і наводячи численні генетичні відповідники рос. *год*, *годный* [Левицький, т.1, с.130] тощо (див. вище).

Підтвердження цим припущенням знаходимо в “Етимологічному словнику слов'янських мов”, де також представлені корені, які є похідними від псл. кореня \**dobrъ(jb)* / \**dobrъ* і які вже мали у своїй семантичній структурі семи ‘добро’, ‘доброта’, ‘добрий’.

У похідному псл. корені \**dobrĕti*, від якого утворилося укр. *добріти*, яке первісно означало “ставати добрим, добрішати” (імовірно за все, у значенні врожаю – як “дозрівати”, “достигати”, “ставати стиглим” – Н. С.). Про це свідчить генетичний дериват кореня \**dobriti* – ц.-сл. *добрити* “удобрювати, покращувати”; а ще “добре відзиватися”; “задобрювати”, “догоджати”, укр. *добрити* “задобрювати”, “хвалити” (звісно, це стосувалося бога за його добро) [ЕССЯ, с. 41-42]. Для багатьох слов'янських мов реконструйований ще псл. корінь \**dobrīna*: б. *добріна* “доброта, благо”

(розвиток уже значень із морально-етичною семантикою, “користь” – див. далі про походження семантики цього слова)”, словен. *dobrina* “хороша особливість, чеснота”, рос. *добрина* “міцність, позитивна якість речі”, укр. *добрина* “хороша якість [ЭССЯ, с. 41] (очевидно йшлося і про якість достиглого врожаю, і про якість певних речей, які відповідають стандартам, і згодом про морально-етичні якості людини” – Н. С.). Пор., генетичні деривати: псл. корінь *\*dobrodějъ* реконструйований для таких форм, як ст.-сл. *добродѣи* “людина, яка робить добре”, укр. *добродій* “благодійник, добродій”; псл. корінь *\*dobrostь* – для ст.-сл. *добрость* “доброта, доброчесність”, ц.-сл. *добрость* “доброчесність”, укр. *добрість* “доброта”; псл. корінь *\*dobrota* – для ст.-сл. *доброта* “доброчесність, доброта”, “красота”, ц.-сл. *доброта* “красота”, “добре ставлення”, рос. *доброта* “чуйність, співчуття до благополуччя інших людей; дружнє ставлення до людей”, укр. *доброта* “все добре, хороші якості, доброякісність” [ЭССЯ, с. 43-44]; псл. корінь *\*dobrotъnъ(jь)* – для ц.-сл. *добротъными* (прикметник від *доброта*), рос. *добротный* “міцний, доброякісний”, укр. *добротний* “міцний, твердий, надійний” [ЭССЯ, с. 44]; псл. корінь *\*dobryni* – для ц.-сл. *добрыни* у значенні “доброчесність, блаженство”, рос. *добрыня* “добра людина; прямий, простакуватий, нехитрий” [ЭССЯ, с. 46].

Важливий коментар первісних уявлень про добро давніх слов’ян надає М. І. Толстой в етнолінгвістичному словнику “Славянские древности”, який визначає “добро і зло як морально-етичні, а головне, і що особливо важливе, – аксіологічні (ціннісні) категорії, які у традиційній народній культурі виражаються у протиставленні сприятливих (корисних) і несприятливих (некорисних / шкідливих) для колективу й індивіда явищ, зорема, таких, як “доля-недоля”, [...] “щастя-нещастя”, “удача-поразка”, “свій-чужий”, “правий/прямий” – “лівий/кривий”.

Природне божество як первісне позначення акту творіння (істоти/істини/правди і віри у сталий природний світоустрій – Н. С.), в міфологічній свідомості давніх слов’ян уявлялося як сакральна вища сила,

що наділяє долею, багатством і піклуються про їхнє добро [Славянские древности, с. 99]. На думку вченого, у давньослов'янських релігійно-міфологічних уявленнях “боги наділяються найбільшою силою, владою і можливостями і, відповідно, розглядаються як вищі *сакральні цінності*” [Славянские древности, с. 205].

М. І. Толстой вважає, що найбільш вичерпно язичницькі боги східних слов'ян представлені в пантеоні, який дістав назву “Володимирові боги”, з-поміж яких головний бог – “Дажьбог “бог-давець”, який наділяє багатством /дарує багатство / добром (фонетичні й семантичні закономірні переходи і.-є. кореня *\*dhabh-/dhābh* і псл. кореня *\*dobrъ(jь) / \*dobrъ* – Н. С. в і.-є. *\*bhag-*, псл. *\*bogъ* “бог” та його деривати: псл. *\*bogatъ* “богатий” (букв. “той, що перебуває під опікою богів”), псл. *\*sъbožъje* (укр. *збіжжя*) “щастя, багатство” – коментар Н. С.), до якого звертаються в ритуалах, молитвах, побажаннях блага (*Дай, Боже! (Дажьбог)*) [Славянские древности с. 206, 209]. Ймовірно, на нашу думку, символіка уявлень, пов'язаних із цим богом, була розвинута уже в християнській свідомості слов'ян і згодом у сучасній свідомості українців в одному з лексико-семантичних варіантів лексеми *добрий* (у дружньому побажанні успіху і доброї, щасливої дороги). Про докладніше буде прокоментовано в описах сучасних лексичних значень прикметника *добрий*.

І вочевидь є неприйнятними припущення О. М. Трубачова про те, що у слов'янських мовах не виявляються достовірні сліди індоєвропейської назви бога, верховного божества *\*d̥ǵeǵ-s*, *\*deǵu-s* (його ім'я *Дажьбог*), а тому, як вважає вчений (і в цій частині ми з ним теж погоджуємося), у цих мовах з давніх часів уживаним був псл. корінь *\*bogъ* (але водночас вище ми показали когнітивно-семантичні матричні переходи і.-є. синкретичних *d*-коренів, зокрема ці обидва є семантичними переходами і.-є. кореня *\*dhabh-/dhābh*; про це надамо більш переконливі наукові гіпотези, аналізуючи в наступному параграфі витоки цінінсно-діахронного ядра концепту КРАСА), який, з одного боку, є близьким за формою зі значенням д.-перс. *baga-*, а з іншого, –

тісно пов'язаний з достатньо давньою похідною лексикою зі значенням значення “багатство” – \**bogatъ*, \**ubogъ* (ми це вище і продемонстрували), а за її посередництво – з індоєвропейською лексикою, що означає “доля, ділити, отримувати долю, наділяти” [Трубачев, ЭССЯ, с.161] (так ось тут автор і суперечить своїм твердженням, бо діада **Бог - доля** демонструє фоносемантичну закономірність двох понять). Підтвердження цих закономірностей знаходимо у М. Фасмера (вище про це уже зазначалося), який убачає споріднені зв'язки лексеми *бог* з д.-інд. *bhagas* “господь, що обдаровує”, д.-перс. *baga-*, авест. *ba Ya* “господь, бог”, які є похідними від д.-інд. *bhajati, bhajatē* “наділяти, ділити” [Фасмер, т. 1, с. 181-182].

3.2.3 Діахронна етносеміометрія ядра матричних аксіоконцептів BEAUTY / КРАСА. З моменту появи наукознавства (філософії) не згасають дискусії про когнітивну сферу людини у плані естетичного сприйняття нею навколишнього світу і зокрема навколо питання, пов'язаного з тим, які це її здібності – набуті чи вроджені?

Не вдаючись до глибокого філософствування у пошуках відповіді на це питання, наведемо лише узагальнення учених (див. перший розділ дис.), які ми цілком поділяємо і які вважали, що поняття *краси* є основним у теорії чуттєвого пізнання (елемента когнітивної сфери), яке разом із *істиною* (результатом трансцендентного пізнання – теж елемента когнітивної сфери) та *добром* (матеріально-духовного пізнання) утворює гармонійну триангулярність (аксіологічну тривимірність), або за В. Франклом, *димензійнальність загальнолюдської культури*. І в цьому плані обґрунтованими видаються ідеї А. С. Канарського про надання естетичному поняттю *краси* статусу метакатегорії, основними аргументами доведення яких є його думки про те, що “естетичне пізнання і його результат – знання – пов'язані з виявом саме чуттєвих характеристик буття. Чуттєві акти свідомості є і передумовою пізнання, і умовою успішності процесу, і

результативністю наслідку (користь) в об'єктивному смислі (істина) та суб'єктивному духовному досвіді (добро)” [Канарский 1979, с. 95-96].

З огляду на це припускаємо, що краса є архетипним образом культури, що уособлює ідею виразної життєдайності світу та людського духу, відкриває ціннісні виміри буття як завершеного цілого. Такий її статус зумовлений античною ідеєю гармонійного космосу, а у християнстві – ідеєю креаціонізму – божественного творення світу за законами краси. І, безумовно, ці закони простежуємо і в ономасіологічній структурі (внутрішній формі, під якою О.О. Потєбня розумів первісний образ, покладений в основу іменування слова – див. п. 2.1) імен концептів англ. BEAUTY / укр. КРАСА в їх індоєвропейських витоках та подальших семантичних трансформаціях.

Такої ж думки дотримується О. А. Меркулова, коли пише про те, що для визначення історії окремого слова необхідно виявити найбільш типові семантичні зміни, що мають закономірний характер, і відновити/реконструювати те питоме значення, яке пов'язане з внутрішньою формою слова, його первісною мотивацією (див. про це докладніше: О. Л. Березович). При цьому звертаємо увагу і на слушні погляди дослідниці в тому, що визначення основного напрямку історичного розвитку семантики слова (схеми, семантичного переходу тощо) можливе лише при відновленні історії слова й позначуваної ним речі, тих відношень, традицій звичаїв тощо, які існували в певні періоди розвитку кожного етносу [Меркулова 2008, с. 39] і, передовсім, індоєвропейського.

Оскільки краса в естетиці визначається як метакатегорія, що є синтезом категорій істини і добра, то спробуємо реконструювати її синтетичні витоки, сформовані ще в індоєвропейському мисленні й довести коректність даного філософсько-аксіологічного припущення. Зокрема, наведемо етимологічні версії семантичних переходів і можливих зв'язків первісних значень індоєвропейських коренів – фіксаторів уявлень індоєвропейців та їх нащадків – прагерманців і праслов'ян – про красу.

Аналіз реєстрового слова *beauty* в електронному етимологічному словнику англійської мови дає підстави для попередніх версій щодо його внутрішньої форми, яка має індоєвропейське походження (не власне прямого переходу в сучасну англійську мову, про що буде сказано нижче) і пов'язана із і.-є. коренем *\*dw-en-elo* – демінутивною формою від кореня *\*deu-2* зі значенням “робити, виконувати”; “демонструвати підтримку, поважати” (Online Etymological Dictionary). В “Etymological Dictionary of the Proto-Indo-European Languages” Ю. Покорного корінь *\*deu-2* має значення “поклонятися, шанувати”; “могутній, потужний”, які семантично пов'язані з д.інд. *duvasyāti* “шанувати, поважати, визнавати, винагороджувати”; д. лат. *duenos* і клас. лат. *bonus* – “гарний” (демінутиви “милий, привабливий”). При цьому Ю. Покорний припускає також зв'язки з п.-герм. коренем *\*taujan*, який сягає *\*deu-2* “робити” (“бути могутнім”) та гот. *taujan, tawida* [Pokorny 2005, p. 630] (Таблиця 3.5).

Загалом для того, щоб переконатися у коректності наведених етимологій, звернімося до найновіших праць із індоєвропейської етимології, автором яких є А. Б. Михальов [Михалев 2014, с. 91-104], та інших дослідників – учнів наукової школи М. М. Маковського.

Таблиця 3.5

**Ядерні першозначення імені концепту BEAUTY  
та їх семантичні переходи  
(міметична схема і.-є., п.-герм. \*d- \*t- \*w коренів)**

Індоєвропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Давньоанглійська форма / значення	Латинська форма / значення
<b>*däu-/*dau-/*du-</b> 1) “горіти”, 2) “палити”, 3) “виблискувати, сяяти”, 4) “милий”, 5) “гарний / красивий”	<b>*taujan</b> 1) “робити, 2) “бути могутнім”	<b>getaway</b> 1) “знаряддя, приладдя/начиння, інструмент” <b>æl-tæwe</b> 1) “разом, цілком”, 2) “здоровий, міцний, гарний”	д. лат. <b>duenos</b> , кл. лат. <b>bonus</b> 1) “гарний” 2) “милий” 3) “привабливий” <b>beö, -are</b> 1) “благословляти, збагачувати, робити щасливим”

<p><b>*dei-1/*dei-8</b> /*dl-/*diä</p> <p>1) “виблискувати, сяяти”</p> <p><b>*der-/ *dera-/*dre-</b></p> <p>1) “різати”</p> <p><b>*deu-2 (dou-, du-)</b></p> <p>1) “робити, виконувати”, 2) “демонструвати підтримку, поважати”, 3) “поклонятися, шанувати”, 4) “могутній, потужний”</p> <p><b>*dw-en-elo</b></p> <p>1) “робити, виконувати” 2) “демонструвати підтримку, поважати”</p> <p><b>*deu- /doṽ-</b></p> <p>1) “рухатися вперед, просуватися”, 2) “поважати, надавати повагу”, 3) “шанувати (священнодіяти)”</p> <p><b>*deiuo-</b></p> <p>1) “денне сяюче небо” 2) “небесний” 3) “Бог” 4) “Володар Дня (уявлення про день)”</p>	<p><b>*taw-/*tōw- /tæw-</b></p> <p>1) “робити, виконувати”</p> <p><b>*taubr-</b></p> <p>1) “чари, чаклунство”</p> <p><b>*wlīt-/wlait- /wlit-</b></p> <p>1) “спостерігати, виглядати, дивитися”</p>	<p><b>beatus</b></p> <p>1) “благословенний, удачливий”</p> <p><b>bellus</b></p> <p>1) “милий, красивий, чарівний”</p> <p><b>wlite</b></p> <p>1) “краса, зовнішність, образ, форма”</p> <p><b>wuldor</b></p> <p>1) “слава”</p>
--	--	---



Корінь *\*deu-2* (або *dou-*), *du-*, умовно семантично реконструйований Ю. Покорним як “поклоніння, шанування”; “могутній”, виводиться на основі д.інд. форм: *dīvas-* п. “жертвопринесення; обряд поклоніння”, *duvasyati* “шанувати, поважати, визнавати, винагороджувати”, *duvasyu-*, *duvōyu-* “той, хто нав'язаний благом, той, хто поважає”. Ураховуючи те, що в політеїчних культурах обряд жертвопринесення був пов'язаний зі спалюванням жертвовної тварини, то всі похідні від цього акту поняття, що відображали ритуально-акціональні й інтенсивні дії (“поклоніння”, “шанування”, “повага”), як зазначає А. Б. Михальов [Михалев 2014, с. 91-104], зрештою зводилися до першозначень “горіти”, “палити” та їхніх коренів *\*dāu-*, *\*dau-*, *\*du*, а також “різати” (*\*der-*, *\*dera-*, *\*dre-*).

Наступні семантичні паралелі і.-є. d-коренів також пов'язані з ритуалом жертвопринесення, який викликав почуття задоволення й радості в його виконавців, особливо від дарунків (пожертв) Божествам, а також сподівання на певний захист, і, відповідно, **гармонії і щастя**: р.-лат. *du-enos*>*duonos*> клас. лат. *bonus* “гарний” (фон. зміни *du-* > *b-*); можливо, д.-ірл. *den* “майстерний, сильний”, “захист”; лат. *beō*, *-are* “благословляти, збагачувати, робити щасливим”, *beatus* “благословенний, удачливий”; с.-н.-н. *twiden* “радувати, дарувати”.

В. В. Левицький відзначає також безпосередні семантичні переходи і.-є. d-коренів зі значеннями “горіти, палити” у значення “виблискувати, сяяти”, а ці останні зі значеннями “милий”, “гарний/красивий” та ін. Покликаючись на Ю. Покорного, він семантично узагальнює корені *\*dei-1*, *\*dl-*, *\*diä-* зі значенням “виблискувати, сяяти” і пов'язує їх із д.інд. *di-de-ti* “уявляється, виглядає, світить”, д.-а. *twtan* “гладити, пестити”, *tat-* “радісний, веселий”; д.-в.-н. *zeiz* “ніжний, милий”; можливо, лит. *didis* “великий, широкий”, яке співвідноситься з “красивий/гарний, значимий”; а також розглядає у цій фонеморфологічній і семантичній схемі корінь *\*doilo-* > та його можливий перехід у д.-а. форму *sweo-tol* (похідну від прагерм. форми *\*tal*) “видимий, очевидний, ясний, сяючий” [Левицький 2008, с. 44].

При цьому, повертаючись до основних семантичних зв'язків індоєвропейських першозначень *\*deu-2* “робити” із п.-герм. коренем *\*taujan* та гот. *taujan, tawida* “робити” [Pokorny 2005, p. 630], із с.-в.-н. *zouwen, zouwen* “закінчувати, приготувати”, д.-а. *getawa* “знаряддя, приладдя/начиння, інструмент”, гот. *tēwa* “**порядок, ряд**”, *gatēwjan* “розташовувати”, д.-в.-н. *zōwa* “фарбування, фарба, колір”, д.-а. *æl-tæwe* “разом, цілком, здоровий, міцний, гарний”, виявляємо аспекти образної (міметичної) схеми акціональної дії “різати”, оскільки кожне з цих значень можна інтерпретувати як похідне від нього: <зусилля > – “робити”; <результат> – “закінчувати”; <інструмент> – “знаряддя”; <**розташовувати**> – “**порядок**”; <рух по поверхні> – “фарбування”; <зусилля > – “міцний, здоровий” [Михалев 2014, с. 91-104].

Достатньо переконливими є пояснення В. В. Левицького цих семантичних переходів в “Етимологічному словнику германських мов”, які зокрема стосуються англ. *taw*, яке означає “обробляти шкіру” і сягає д.-а. *tawian* “відбуватися, здійснюватися”, гот. *taujan* “робити”, *tauī* “дія”, *tēwa* “порядок”. І далі етимолог показує семантичні зв'язки п.-герм. реконструйованої форми *\*taw-/tōw-/taw-* зі значенням “робити, виконувати” (див. у кельтській мові *tewtat* – “верховний Бог”) з і.-є. *\*deu-*: 1) “рухатися вперед, просуватися” і 2) “поважати, надавати повагу”, пов'язуючи їх зі значеннями п.-герм. кореня *\*taubr-*, який, на його думку, хоч і немає задовільної етимології (див.: [Молчанов и др. 1988]), проте семантично реконструюється як “чари, чаклунство” (але, на нашу думку, тут, очевидно, слід це пояснювати не через чаклунство, а через семантичні зв'язки з *divo* – “чудесно народжений, який зійшов із неба”; “диво”: припущення наше – Н. С.).

Оскільки п.-герм. *\*taubr-* сягає і.-є. *\*deu-*, то можна припустити його рефлекси з д.-інд. *duvas-* у значенні “дар, висловлення поваги, шани”, яке теж пов'язане з і.-є. *\*deu-/do-* “шанувати” (“священнодіяти”) [Левицький 2008, с. 540]. Ці зв'язки простежуються у давньоримських ритуалах

жертвопринесення, адже богу Юпітеру, як правило, приносили в жертву (дарували; виконували дію (ритуальну); шанували; вклонялися) бика (лат. *taurus* – “бик”: і.-є. корінь *\*tur-/\*taur-* “бик”) [Молчанов и др. 1988].

А оскільки в міфології Вищого Бога (у римському Пантеоні – Вищий Бог – Юпітер, у греків – могутній Зевс) пов’язують **зі становленням речей, відповідного порядку**, то найбільш вірогідним його ім’ям є те, яке має значення “той, хто встановлює”, “єство”, “сутність” і образно-символічно уявляється як щось “небесне, яке випромінює сяюче світло”. Ці першозначення теж реконструюються в і.-є. *\*deu-/dou* і, зокрема, в їх похідних: у формі *\*deiuo*, основне символічне значення якої – “денне сяюче небо” – “небесний” як аналог поняття “Бог” (лат. *Deus* “Бог”), а також в її фонеморфологічному і семантичному відповіднику *\*dieuo* – формі, яка виконувала смислове навантаження, відображаючи уявлення індоєвропейців про “Володаря Дня” (чи просто уявлення про “День”, а значить, про “світло”): звідси, д.-гр. *Zeus*, лтськ. *diewas*, хет. *sivat*, лув. *tiwat*, які є логічно пов’язаними й синкретично об’єднаними у загальній семантиці “світла” як джерела “небесної святості” і первісних уявлень про божественну природу небесної краси.

Аналізуючи ці етимони та їхні деривати у слов’янських мовах, спостерігаємо їхні фонеморфологічні зв’язки з коренем *tīw-*, який реконструюється в п.-герм. формі *\*tīwaz* та, відповідно, в імені германського бога *Tiw* і який зберігся у назві третього дня тижня – вівторка в англійській мові *Tuesday*, похідної від д.-а. словосполучки *tīwes dæg*. Звісно, що п.-герм. форма *\*tīwaz* є трансформацією і.-є. слова *\*deiwos* “бог”, що сягає і.-є. кореня *\*dyeu-* і має значення “сяяти”, “небо, небесне царство, бог” [<https://www.etymonline.com/search?q=tuesday>].

Припускають, що назва вівторка, як і інших днів тижня, у германських мовах є кальками латинських назв тижня і зокрема *Martis diēs* (на честь бога Марса). П.-герм. корінь *\*tīwaz* генетично пов’язаний з грецьким іменем бога Зевса *Zeús* (<*\*d̥je-us*), хетт. *Šiuš* бог (*\*d̥j̥eus*), лат. *dues*, д.-інд. *dēvá-h* “бог”,

укр. *диво* від псл. \**divь* “чудо, диво”, д.-інд. *div-* “небо”, *dyáu-h* “святий, священний, небо”. В. В. Левицький зазначає, що у давніх індійців, греків і римлян *diva-/zeus* був богом неба і верховним божеством (д.-інд. *dyáus-pitár*), тимчасом у давніх германців *Tiw* був богом війни. Етимолог пояснює, що з фонетичної реконструкції зрозумілими є переходи і.-є. \**deǵeϥ* у п.-герм. форму \**tīwaz* як один з варіантів кореня з гетероклітичною основою *-eϥ/n-*: \**deǵeϥ-/deǵen-*. Другий варіант цього кореня зберігся у готському слові *sin-teins* “щоденний”, укр. *день* від псл. \**dънь*. Обидва варіанти є розширенням і.-є. кореня \**deǵ-/di-* “сяяти, блищати”. Підсумовуючи власні аргументи, В. В. Левицький зазначає, що верховний бог індоєвропейців був богом неба і світла (сонця) [Левицький, с. 548].

І.-є. корінь \**dyeu-* зі значеннями “сяяти; небо, небесне царство, бог” реконструюється і для санскр. слова *deva* “бог” (літер. “сяюючий”), *diva* “удень”, авест. *dava-* “дух”; “демон”, гр. *delos* “світлий”, лат. *dies* “день”, *deus* “бог”, ст.слов. *dini*, польск. *dzien*, укр. *день* та у д.-а. *Tig (Tiwes)* назва бога [https://www.etymonline.com/search?q=dyeu-]. Цей корінь, частково або повністю сформував слова, пов’язані з божественною і культовою сферою: *deity* “божество”, *deific* “божественний”, *divine* “божественний, святий, богоподібний”, *deism* “деїзм” [https://www.etymonline.com/word/\*dyeu-#etymonline\_v\_52651]

Етимологічні версії походження назв верховних богів ще раз переконують у наявності фонеморфологічних і семантичних переходів/трансформацій між індоєвропейськими першозначеннями: д.-гр. ім’я верховного Бога в називному відмінку *Zeus*, а в родовому – уже *Dios*; відтак, *Zeupater* – “верховний Бог Дня і Бог-громовежерць Зевс”; *theos* – “Бог”. Тимчасом уже безпосередньо лат. *Juppiter, Ju:piter* – верховний бог і бог-громовежерць *Юнітер* [Петухов 1998; Мифы народов мира 1997] пов’язують із дієсловом *iuvare* – “допомогати”. Але так чи інакше у працях із міфології наявні назви Юпітера етимологічно сягають тих же і.-є. коренів \**deϥ-/doϥ*: *Deus pater* – “Бог-отець”, *Diespiter* – “День-отець”, *Diouis* –

“блискучий у значенні сяючий”, *Jovis Pater* – “Отець неба” (наявність цих дериватів пояснюється їх походженням зі споріднених численних і.-є. діалектів).

Відтак, і.-є. корені d-корпусу (фономорфологічні й семантичні індоєвропейські етимони, які так чи інакше є похідними від коренів \**deu-* /*dou-*) символічно були пов’язані з іменами, як правило, верховних Богів індоєвропейських народів, а також зі словами, що позначали поняття “Бог”, “небо”, “день”, “світло”, “сяяти” і, можливо, “життя”, “душа” і навіть “творити” (див. основне першозначення *deu-2* – “робити”, “виконувати” (нижче при аналізі лексеми *краса* одне з основних значень “творити” буде безпосередньо продемонстроване)). У численних етимологічних версіях цих першозначень, які реконструюються у відповідних етимонах, семантичні переходи є очевидними, наведеними вище, а також, наприклад, у хет. *sivat*, *shiwatt* – “верховний Бог і Бог дня”, “день”; *shiu(ni)* – “Бог”; лув. *tivaz (tatis)*, *tivat* – “Бог – отець” і “Бог Сонця”; д.-інд. *dyaus* – “небо”; *devah* – “Бог”; *Devi* – “Богиня”; *Diva, Divya, Divi* – “сонячна, небесна прекрасна жінка-Богиня” (витоки й первісні семантичні зв’язки з *beauty* як “естетичною красою”); *divo* – “чудесно народжений, який зійшов із неба”; *diva* – “диво, небо, сяння”, *divya* – “дивовижний”; *ji:va* – “живий”, *ji:v* – “жити” [5]; вірм. *tiv* – “день” [Гамкрелідзе 1984].

Що стосується семантичних переходів значення “робити у розумінні творити” у значення “диво”, реконструйованих для і.-є. кореня \**deu-*, то В. В. Левицький їх також демонструє на прикладах уже неодноразово показаних його дериватів [Левицький 2008, с. 540]: д.-інд. *devah, Devi*; авест. *daeva*, д.-гр. *Dios*, лат. *Deus*, д.-ісл. *tivar*, прус. *deiws*, лит. *deive*, укр. *диво* від і.-є. \**deiuo* [deuwo] – “денне сяюче небо” з подальшим семантичним переходом “небесний” > “небожитель” > “Бог” або сяючий > “дивовижний” > “який творить/робить дива” > “Творець”) – від \**dei* – “світити”, “блищати”.

Якщо ж простежити власне естетичні витоки уявлень про красу у прагерманців і пізніше в давніх англійців, то вони ще відображені у

семантиці п.-герм. кореня \**wlīt-/wlait-/wlit* “спостерігати, виглядати, дивитися”. У “Dictionary of selected synonyms in the principal Indo-European languages” також знаходимо версії походження слова *wlite* у давньоанглійській мові від цього ж кореня на позначення “краси, зовнішності, образу, форми” (Dictionary of selected synonyms in the principal Indo-European languages, p. 1193). При цьому В. В. Левицький припускає, що з ним пов’язані й такі гнізда слів, як гот. *wulþags* “славний, надзвичайний, чудовий/дивовижний”, *wulþus* “розкіш, краса”, д.-а. *wuldor* “слава” [Левицький 2008, с. 607].

Більшість із проаналізованих першозначень простежуються і в походженні лексеми *краса* в українській мові, особливо їхні зв’язки з реконструйованими версіями першозначення “творити дива”, які викликають при спогляданні в кожної людини появу форми, образів тощо. Найбільш переконливо ці семантичні переходи представлені в одній зі статей Л. П. Дронової “К типологии языкового выражения понятия образ, внешний вид” [Дронова 2009, с. 88-90].

Але спершу звернімося до етимологічних припущень щодо походження слова *краса*, яке дослідники вже неодноразово коментували у своїх дослідженнях, дотичних до цієї тематики. Т. С. Семегин зібрала з різних етимологічних джерел наявну інформацію, яку зацитуємо й проаналізуємо відповідно до її можливих семантичних кореляцій як із численними першозначеннями і.-є. d-коренів, а головне, з першозначенням “творити дива”. Так, зокрема, етимологи, за спостереженнями Т. С. Семегин [Семегин 2011, с. 62], вважають, що походження кореня *крас-* немає задовільної етимології [ЕСУМ, т. 3, с. 76], але реконструюють все ж таки його і.-є. походження від форм \**krot-s*, *kross*, *kras*, що мають значення: 1) “творити” (псл. \**kresati* “кресати”, первісно “створювати, творити”); 2) “блиск вогню” (з лит. *kaĩštis* “спека, жара > блиск вогню > величність > краса”; лтськ. *kaĩša* “розпалювати, розігрівати”); а також 3) “слава” (ісл. *hrós* “слава”); 4) “піч”; 5) “тіло”; 6) “крутити” [ЕСУМ, т. 3, с. 76–77; ЭсРЯ, с. 196;

ЭСРЯ, с. 367]. І якщо подивитися на семантику представлених першозначень і.-є. d- коренів, то можна побачити, що всі вони тісно пов'язані із цими шістьма версіями (Таблиця 3.6).

Таблиця 3.6

**Ядерні першозначення імені концепту КРАСА  
та їх семантичні переходи  
(міметична схема і.-є. і псл. \*d- \*k- \*t- коренів)**

Індоєвропейські корені	Праслов'янська форма / значення	Старослов'янська форма / значення	Латинська форма / значення
<p><b>*krot-s,</b> <b>*kross,</b> <b>*krass,</b> 1) “творити”, 2) “блиск вогню”, 3) “слава”, 4) “піч”, 5) “тіло”, 6) “крутити”</p> <p><b>*tuer-/*tuor-/ *tuer-</b> 1) “захоплювати, огороджувати”</p> <p><b>*del-3</b> 1) форма</p> <p><b>*deu-2</b> 1) “вклонятися, шанувати (священнодіяти)”</p>	<p><b>*kresati</b> 1) “створювати, творити”, 2) “кресати”, 3) “ударяти, сікти, висікати”</p> <p><b>*krasa</b> 1) “колір життя”, 2) “червоний колір, рум'янець обличчя”, 3) “цвітіння”, 4) “краса”</p> <p><b>*tvorъ</b> 1) “творіння” 2) “вид, зовнішній вигляд, обличчя”</p> <p><b>*tvarъ</b> 1) “творіння, створіння”</p> <p><b>*tverti / *tvьrti</b> 1) “надавати форму”</p>	<p><b>краса</b> 1) “краса”, 2) “прикраса”</p>	<p><b>creō, creāre</b> 1) “створювати, творити, викликати до життя”</p> <p><b>crēscō</b> 1) “рости, збільшуватися”</p>

Оскільки першим значенням у цих формах є “творити”, яке реконструюється для дієслова псл. *\*kresati*, то з цього приводу О. М. Трубачов зазначає, що воно має семантику “ударяти, сікти, висікати”, яка не є первинною, а похідною від стійкого словосполучення *\*kresati \*ogнь*, що спочатку мало значення “створювати вогонь” (і цілком відповідало давнім уявленням про живу природу вогню; стирання давньої семантики виразилося в перенесенні семантичного акценту на техніку видобування вогню – “добувати вогонь ударом”, чому лише сприяла співзвучність форм, а згодом – в багатьох мовах і діалектах появи значень реконструйованого дієслова псл. *\*tesati*). Давнє значення дієслова псл. *\*kresati* відбилося і у значеннях раннього похідного імені псл. *\*krasa*, в якому етимологічно вихідної знову ж таки виявляється не технічна семантика спеки, вогню, а семантика життя, кольору життя”. На цій підставі пропонується зближення *\*kresati* з лат. *creō, creāre* “створювати, творити, викликати до життя”, *crēscō* “рости, збільшуватися” [Трубачев, с. 125].

Що стосується безпосередньо дієслова укр. *творити*, то воно реконструюється у псл. *\*tvorь* “творіння”, яке також пов’язане чергуванням голосних із *tvarь* (див. вище: можливі семантичні переходи із *\*taur* – “жертвна тварина”, “бик”) “творіння, створіння”. А сама псл. форма *\*tvorь* сягає псл. дієслова *\*tverti, \*tvьrti* “надавати форму” [ЭсРЯ, с. 421] та і.-є. основи *\*tuer-, \*tuor-, \*tuęr-* “хапати, огороджувати” [ЕСУМ, т. 5, с. 533]. Зв’язок цих значень пояснює давню символіку уявлень про межу / огорожу (надання форми: в міфологічній свідомості границя/межа уважалася священною і дорівнювалася до Божества, якій приносили жертвну тварину (Durand 1980) і спалювали її на вогні, а тому семантика “тертя” є основною у реконструкції уявлень про вогонь, горіння, сяння, світіння, а також ця семантика пов’язана із виконанням акціональних дій з надання поверхні відповідної сяючої, “гладенької” форми). Останні пояснення потребують більшої переконливості, зокрема того, що ж є спільного у значень “форма”, “зображення” (нижче буде показано зв’язок із образом і зовнішністю, а



відтак, зі значеннями, розглянутими вище, як-то: “виглядати, дивитися” прагерм. кореня \**wlīt-/wlait-/wlit*), “рисунок”, “огороджувати”, “терти, тертя”?

Ю. Покорний їх вихідну семантику вбачає в і.-є. корені *del-3* і пов’язує значення “форма” з д.-ірл. *delb*, “зображення, рисунок” – із д.-шотл. *delu*, шотл. *delw*, “терти” > “гладка (поверхня/сяюча)” – з лит. *dylù, dilti*, лтськ. *dçlu, dilstu, dilt*, які є семантичними рефлексами *deu-2*. Зв’язок зі значенням “огороджувати” пояснюється через таку образну схему: слід у вигляді накресленої лінії вочевидь стосується рисунку і зображення як результату нанесення ліній на певну поверхню. Також можна уявити форму як лінію, контур об’єкта. Тимчасом акт тертя уявляється як повторювана дія по поверхні. Звідси, вже стає можливим семантичний перехід “терти” > “гладкий” > “сяяти/блищати” і, як наслідок, > “гарний, красивий”.

Можна також припустити, що семантичні переходи – це результат відображення ритуалу жертвопринесення через різні елементи індоєвропейських коренів як сакральних формул: від кидання у вогонь жертви і спалювання її до здійснення жертвопринесення до Божества разом із сакральним вогнем (різні надписи й навіть букви, विकारбувані, наприклад, на дерев’яній поверхні, теж кидалися у вогонь у ритуалі жертвопринесення): тох. В *sal-* “кидати”; д.-а. *sellan-* “давати / дарувати Божествам”; гот. *saljan* “приносити жертву”, тох. В *sal* “здійматися”.

Такі ж семантичні рефлексивні наводить Л. П. Дронова для псл. \**tvorь* та його значення “вид, зовнішній вигляд”, коли намагається реконструювати внутрішню і зовнішню форму слова *образ*, яке семантично пов’язане з діал. *ружь* “зовнішність, образ, вид”; “вигляд, лице, лік”. І тут очевидно, що частина близьких за значенням до слова *образ* мовних утворень мають прозору внутрішню форму – “видимий, зовнішній” (“частина”, “зовнішність людини, предмета”): *видь* [Дронова 2009, с. 88-89], *вид±* (з широкими слов’янськими й індоєвропейськими зв’язками), рос. *вн±шний* (перехід у “зовнішність”). Ця мотиваційна ознака, як припускає Л. П. Дронова, імовірно

реалізує діал. *ружь* “зовнішність”, “образ”, “вид”; “вигляд” (діал. *ружа* “просвітління”, рос. ‘наружная сторона’, рос. *наружу, снаружи*, лтськ. *gaugs* “зіниця; очне яблуко” [там само, с. 89].

Наразі й досі дискусійним лишається походження, а, відтак, і вихідне значення семантичних дериватів укр. *лік, лице/обличчя* – синоніміїчних похідних вище проаналізованих діалектних форм *видъ, ружь*. Виходячи з дотичності їх семантичних зв’язків до індоєвропейських, прагерманських і праслов’янських значень “виглядати, дивитися”, “вигляд”, зовнішність”, “форма”, “образ”, а особливо “творити”/“надавати форму”, “зовнішній вигляд”, то більш імовірними видаються гіпотетичні припущення О. М. Трубачова, які наводить й аналізує Л. П. Дронова, і передовсім те, що “псл. *\*likъ, \*lice* слід розглядати як похідні з суфіксом *-k-* від дієслова псл. *\*liti* й пов’язане з ним поняття “формування предмета за допомогою лиття”: лит. *lytis* “форма”, *lytis* “брила льоду, крига”, лтськ. *lieta* “річ”. З цих припущень, як справедливо міркує Л. П. Дронова, впливає запитання, чи варто розмежовувати вихідні поняття, пов’язані безпосередньо з формою, з її наповненням, змістом (зразком, відбитком, що є “слідом” використання форми певної речі, предмета)? Пропонуючи відповідь на це запитання, дослідниця повертається до семантики д.-рус. *творь* “вид, зовнішність”, яка простежується у ч. *tvař* (lice) “щока”, *tvar* “форма (тіла), форма, вид (предмета)”, *tvor* “істотота”, слвц. *tvar* “лице; вигляд”, блр. *твар* “лице”, пск. *twarz (oblicze)* “лице (людини)”, а також д.-рус. *тварь* “витвір, творіння”, укр. *творити, твердий*, лит. *tverti* “огороджувати”, “надавати форму”, *āptvaras* “огорожа” (див. вище: < і.-є. *\*tuer-*: *\*tuor-* “охоплювати, обрамляти”, “огороджувати”)) [Дронова 2009, с. 90].

Представлені фрагменти етимологічних версій значень “вид, вигляд”, “форма”, “лице”, “істота, єство”, “зовнішність”, “образ” “лінія”, “огорожа/межа”, “поверхня” та ін., які простежуються у прагерманських і праслов’янських рефлексах, так чи інакше пов’язаних з і.-є. d-коренями, є результатом розвитку загального/спільного першозначення “творити” та його

семантичних переходів у “те, що створено з чогось і набуло зовнішньої форми”. Безпосередньо в індоєвропейських мовах таке неконвенціональне розуміння мовного знака збереглося в історії кореня *\*dhe-* та його численних фонеморфологічних і семантичних трансформованих похідних, які надають змогу реконструювати первісні уявлення (витоки) як індоєвропейців, так і їхніх нащадків прагерманців і праслов’ян про красу як Божественне створіння зовнішнього світу. І це аргументує візантійська філософсько-релігійна теорія образу, в основу якої покладено гіпотезу про те, що образи земні є відображенням / відбитком явищ небесних, подібно як людина створена “за образом и подобою Творця”. Саме таку логіку первісних уявлень про красу, зафіксованих у першозначеннях і.-є. d-коренів, демонструють їх етимологічні версії і пов’язують її із зовнішньою стороною як об’єктів і предметів буття, так і зовнішності людини, яка формувалася і на основі внутрішнього емоційного стану у процесі ритуалів жертвопринесення, поклоніння Божествам, споглядання за сяянням небесних явищ і відчуття від такої гармонії / краси задоволення, щастя і вдосконалення. Проте відмінності у прагерманців і праслов’ян в естетичному первісному сприйнятті краси виявляються в тому, що **індогерманці** її уявляли на рівні гладенької, гарної сяючої форми / поверхні чогось (можливо, потрібного предмета чи обробленої шкіри після ритуалу жертвопринесення для використання в побуті тощо) та його **цінності/значимості для потреб** людини (у побуті й загалом у житті), тимчасом **балто-слов’яни** її пов’язували з формою обличчя, зовнішністю людини як Божим творінням, де власне форму чогось вони теж уявляли як виготовлення певної речі, предмета за допомогою технології лиття, а також як окреслення певних контурів чогось.

3.2.4 Діахронна етносеміометрія ядра матричних аксіоконцептів BENEFIT / КОРИСТЬ. Як видно з реконструйованих етимонів і.-є. \*d-коренів з першозначеннями лексем *truth, good, beauty*, вони відображають уявлення носіїв міфологічної свідомості як

про різноманітні зовнішні сторони їхнього Буття, які приносили їм задоволення, так і про внутрішні відчуття, що виникали у них під впливом дарованого НЕБОМ і богами матеріального добра, й водночас головного блага – їхньої прихильності/милості. Так, поступово в давніх культурах (і навіть раніше, ще неусвідомлено, першолюдина (людина – носій ще довербальної протомови) вже на інтуїтивному рівні формувала відчуття утилітарного задоволення) починає формуватися усвідомлена потреба диференціації речей, явищ тощо на ті, що приносили задоволення й сприймалися як корисні, й на ті, що були несприятливими, а тому уважалися шкідливими (і пояснювалися як немилість богів тощо).

Окреслені гіпотетичні припущення щодо **четвертої ціннісної категорії**, яку у філософії визначили, як КОРИСТЬ, певною мірою пояснюють наукові наміри вчених її досліджувати в контексті наукового напрямку, розроблюваного під назвою “утилітаризм” [Савельєва 2014]. Згідно з утилітаризмом, в основі моралі лежить загальне благо, яке І. Бентам у своєму трактаті “Введение в принципы нравственности и законодательства” [Бентам 1998] назвав “загальною користю”, протиставляючи її особистій користі й особистому зиску. Дж. С. Мілль також розглядає термін “утилітаризм” як теорію моралі, де будь-яка діяльність оцінюється з позицій користі [цит. за пр.: Серебрянский 2011]. Відтак, провідним принципом користі стає орієнтир на досягнення максимального загального блага внаслідок вибору дій і оцінки вчинків [Філософський енциклопедичний словник 2002, с. 678].

Те, що в основі розуміння користі лежить утилітарна оцінка діяльності (див. про це: [Арутюнова 1999, с. 198]), підтверджує і походження лексеми *benefit* “вигода, користь” в англійській мові, яка спершу мала форму *benefet*, запозичену зі ст.-фр. *bienfait*, похідну від лат. *benefactum* (*bene-factum*) “добрий вчинок, благочинність” (*bene-* “благо” + *factum* “зроблене, щось створене, діяння”) (Таблиця 3.7).

**Ядерні першозначення  
імені концепту BENEFIT та їх семантичні переходи  
(міметична схема і.-є. \*d-коренів)**

Індоєвропейська форма / значення	Прагерманська форма/значення	Давньоанглійська форма/значення	Латинська форма / значення
<b>*dhe-</b> <b>*deu- (2)</b> 1) “ставити, класти”, 2) “робити”, 3) “виконувати”, 4) “шанувати, вклонятися” <b>*dwenelo</b> 1) “робити, виконувати”, 2) “демонструвати підтримку, поважати” <b>*deu-(2)/dou-/du-</b> 1) “шанування, поклоніння, могутній”			<b>benefactum</b> 1) “добрий вчинок, благо чинність” <b>benefacere</b> 1) “благо чинність” <b>bonus</b> 1) “хороший” <b>bellus</b> 1) “красивий, привабливий, милий” <b>beatus</b> 1) “благословенний” <b>beare</b> 1) “благословляти” 2) “збагачувати, робити щасливим”

В електронному етимологічному словнику англійської мови знаходимо генетичний дериват лексеми *benefit* – композит *benefacere* теж зі значенням “благочинність”, запозичений від латинського слова *bene* “добре/добро” та інфінітиву *facere* “робити, творити”, який сягає і.-є. суфіксальної (прислівникової) форми *\*dwenelo*, похідної від уже аналізованих вище в попередніх параграфах (зокрема і для слова *beauty*) і.-є. коренів *\*dhe*, *\*deu-(2)* у значенні “ставити, класти”, “робити”, “виконувати”; “шанувати, вклонятися” та ін. [<https://www.etymonline.com/search?q=benefit>]. У словнику Юліуса Покорного і.-є. корінь *\*deu-(2)* (або *dou-*): *du-*, умовно реконструйований зі значенням “шанування, поклоніння, могутній”, виводиться на основі дериватів, з-поміж яких д.-інд. форми *dūvas-*

“жертвопринесення, обряд поклоніння”, *duvasyati* “шанує, визнає, винагороджує”, *duvasyu-*, *duvöyu* “той, хто поважає, той, хто благоговіє”.

З обряду жертвопринесення впливає і наступна семантична схема цих коренів, від яких також походять і латинські прикметники (зазнавши фонетичних переходів/змін *du-* > *b-*): *bonus* “хороший”, *bellus* “красивий, привабливий, милий”, ймовірно, й *beatus* “благословенний” та дієслово *beare* “благословляти” [<https://www.etymonline.com/word/bene->].

Зокрема ранні латинські форми *du-enos* > *duonos* > перейшли у класичній латинській мові у прикметник *bonus* зі значенням “хороший”, у дієслово *beo* (*-are*) “благословляю, збагачую, роблю щасливим”, у прикметник *beatus* “благословенний”.

Виходячи з представлених етимологічних версій, реконструюємо утилітарне першозначення “задоволення” як “внутрішнє відчуття від зробленого добра, що має зовнішній прояв (насамперед, як жертвопринесення)” й одночасно “внутрішнє відчуття від цього ритуалу й отриманих матеріальних благ, дарованих богами як знак їхньої милості”.

Спробуємо обґрунтувати утилітарну етимологічну першооснову імені концепту BENEFIT, яка збереглася в сучасних його стратах (шарах) й особливо в розвинутих надалі спеціальних/термінологічних значеннях, які буде розглянуто в наступних параграфах.

Загалом, якщо розглядати етимологію концепту, за Й. Л. Вайсгербером, не лише як історію одного або кількох споріднених етносів, а насамперед, як історію формування їх космологічного характеру, то, звісно, що вона обов’язково буде відображати національну варіативність, глибинні витoki якої сягають порядків давньої людської цивілізації – Античного світу і Давнього Сходу [Вайсгербер 2004, с. 66-67].

Менталізація чотирьох досліджуваних у роботі матричних аксіоконцептів відбувалася на самому початку цивілізації (світоустрою), яка, власне, і дає змогу виявити закономірності їх розвитку, ілюструючи історію

формування згодом кожного національного етносу як соціальної і морально-етичної структури людства.

Цьому сприяє аналіз етимологічних версій першосмислів, в даному разі концептів BENEFIT/КОРИСТЬ, і виявлення в них як констант, так і домінант, що вказують на переваги кожної нації – фізичні, матеріальні або духовні.

І, як показують етимологічні джерела, “мертвою” мовою-першим посередником, з якої були запозичені через другий посередник – старофранцузьку мову в давньоанглійську першозначення лексеми *benefit*, була латинська мова, прийнята цивілізованою загальноєвропейською спільнотою як джерело, за посередництва якої Європа Старого Світу долучилася до однієї з найдавніших культур на Планеті – індоєвропейської.

Етимологічні словники фіксують, що лексема *benefit* в англійську мову була запозичена у 14 столітті від латинського слова *benefactum* “добрий вчинок” через англ.-фр. (ст.-фр.) форму *benefet* зі значеннями “добрий або благородний вчинок; корисні, доброзичливі дії”, “вигідна річ; перевага, прибуток”. Згодом 1680 року в семантичній структурі лексеми *benefit* розвинулося значення “публічний виступ або розважальний захід для збору грошей для людини, яка потребує допомоги, або на благодійну справу”. У 1895 році іменник *benefit* у множині починають вживати у значенні “фінансова підтримка (особливо на медичні витрати), на яку людина має право у разі працевлаштування” [<https://www.etymonline.com/search?q=benefit>].

Виходячи з індоєвропейських синкретичних значень, на базі яких розвинулися значення “робити, творити” у латинського дієслова *facere* (*factum*, стягнена форма *fit*) в його комбінаториці з латинськими першозначеннями прикметника *bonus* “хороший/добрий” та їх семантичними переходами у значення лексеми *benefit*, можемо представити їхню схему у такій послідовності: 1) “добро, благо”; 2) “корисні дії”; 4) “вигода, перевага”; 4) “прибуток”; 5) “фінансова підтримка”.

Порівняймо схему розвитку первісної семантичної структури імені матричного концепту КОРИСТЬ, яка становить його діахронійне ядро в аксіоконцептосфері українців (Таблиця 3.8).

Таблиця 3.8

**Ядерні першозначення імені концепту КОРИСТЬ  
та їх семантичні переходи  
(міметична схема і.-є. і псл. \*d- \*s- \*k- коренів)**

Індоєвропейські корені	Праслов'янська форма / значення	Старослов'янська форма / значення
<p><b>*dhə-/*dhē-</b> 1) “класти”</p> <p><b>*(s)ker-/*(s)kera- /*(s)kre-</b> 1) “різати, відтиняти, відділяти”, 2) “дряпати”</p> <p><b>*(s)kerbh-</b> 1) “бути гострим”</p> <p><b>*skerdh-</b> 1) “різати, колоти, протикати”</p> <p><b>*(s)kerp-</b> 1) “відрізати, обскубувати”</p> <p><b>*(s)kers-</b> 1) “дряпати, чесати, кроїти”</p> <p><b>*skert-</b> 1) “розрізати (на шматки)”</p> <p><b>*(s)kerb-</b> 1) “дряпати, шкребти”</p> <p><b>*(s)kreibh-</b> 1) “дряпати, скребти, вирізати, подрізати”</p> <p><b>*ker-/*kor-</b> 1) “те, що зрізається”, 2) “різати, рубати”</p> <p><b>*(s)korati-</b> 1) “досягати наміченої цілі”</p>	<p><b>*koristь/*koristь/*korystь</b> 1) “здобич”, 2) “зиск, прибуток, вигода”, 3) “нажива”, 4) “зздристь”, 5) “захоплення”</p> <p><b>*koristati/*koristiti</b> 1) “захопити, здобути”</p> <p><b>*ristati</b> 1) “гнати, ганятися”, 2) “захоплювати”</p> <p><b>*kora</b> 1) “кора”</p>	<p>ст.-сл., ц.-сл. <b>користь</b> 1) “здобич, трофей”, 2) “користь”</p>



В “Етимологічному словнику української мови у 7 т.” лексему *користь* реконструюють від псл. форми *\*koristь* (*\*koristь*, *\*koryustь*) “здобич; зиск, прибуток, вигода”, що є похідною від *\*koristiti* “захопити, здобути” [ЕСУМ Т. 3, с. 19]. І вже ці перші припущення дають підстави для попередніх висновків про те, що уявлення слов’ян, навпаки, були пов’язані спершу з прибутками, здобутими у результаті захоплення чогось/когось, які викликали в них почуття задоволення від здобуття матеріального добра.

Інші етимологічні джерела слов’янських мов, зокрема “ЕССЯ” О. М. Трубачова, теж містить словникову статтю з реконструйованим дієсловом *\*koristati/\*koristiti* та його генетичними дериватами в багатьох слов’янських мовах: схв. *кóристити*, *корі́стити* “приносити користь, сприяти”, словен. “приносити користь”, рос. *коры́тится* “гнатися”, “жадібно кидатся на здобич”, “зздрити, зздрісно дивитися”, укр. *користати(сь)* “користуватися”, які співвідносяться з коренем *\*koristь* [ЕССЯ, Т. 11, с. 70-71].

О. М. Трубачов при цьому уточнює, що іменник *\*koristь* має віддієслівну семантику результату дії здобування чогось і наводить значення “здобич”, “улов”, “нажива”, “зздрість”, виражені/марковані лексемами, утвореними шляхом віддієслівної деривації. Також етимолог зазначає, що пов’язувати ці уявлення праслов’ян лише з першозначенням “військова здобич” – означає дивитися на це дуже спрощено і пропонує більш абстрактне / широке значення “захоплення”, яке цілком можливо згодом спеціалізувалося у військову (→ “здобич”, “трофей”) та у виробничу (→ “рукоятка”) сфери вживання [ЕССЯ, Вип. 11, с. 72].

У цьому ж етимологічному джерелі наявна і стаття з реєстровим псл. іменником *\*koristь*, який у ст.-сл. мові вживався зі значенням “здобич, трофей”, “користь”, у цел. мав форму *користь*, у рос. – *корысть* “користь”; “вигода”, “надбання, здобич”, в укр. – *користь* “користь, вигода, прибуток”. А загалом щодо форми творення цього реконструйованого праслов’янського

етимона, то О. М. Трубачов зазначає, що найбільш імовірним тут є процес зворотньої деривації: *\*koristiti*, *\*koristati* → *\*koristy* [ЕССЯ, Вип. 11, с. 71].

Знаходимо в обох етимологічних словниках інформацію про те, що у дієсловах *\*koristiti*/*\*koristati*, ймовірно, простежується складання займенникового (експресивного) префікса *ko-* і дієслова *\*ristati* в першозначенні “гнати, ганятися”, яке вже містить сему ‘захоплювати’. А тому префіксальне дієслово *\*koristiti*/*\*koristati* відбиває семантику “захоплення, володіння, використання” [ЕССЯ, Вип. 11, с. 72; ЕСУМ, Т. 3 с. 19].

Але щодо індоєвропейських зв’язків і походження дієслова *\*koristiti*, то тут версія, запропонована в “Етимологічному словнику української мови у 7 т.”, згідно з якою корінь дієслова *\*kor* пов’язаний з псл. *\*kora* “кора”, а також зі словом *\*skora*, які сягають і.-є. кореня *\*(s)ker-* зі значенням “різати, відтинати, відділяти” [...], а *\*koristy* є похідною формою від *(s)korati* “досягати наміченої цілі” [ЕСУМ, Т. 3 с. 19], є неприйнятною для О. М. Трубачова [ЕССЯ, Вип.11, с. 73]. Хоча, на нашу думку, ці переходи є очевидними, а тому спробуємо навести переконливі аргументи для таких припущень, про необхідність яких та інших зв’язків зазначають і автори “Етимологічного словника української мови у 7 т.”, які зокрема й самі наголошують, що “додаткової аргументації потребує [...] тлумачення псл. *koristy*, яке, нібито, продовжує і.-є. *\*korī-dh(ə)tī-*, перший елемент якого *\*kori-* вважається прислівниковим утворенням на *ī-* від слова, спорідненого з лит. *kāras* “війна”, а другий елемент *-dh(ə)tī* із суфіксом *-tī* пов’язується з і.-є. *\*dhə-/dhē* “класти” [ЕСУМ, Т. 3, с. 19]. Звісно, що останнє цілком можливо утворилося шляхом деривацій від і.-є. кореня *\*koro-* “війна”, “армія”, користь від якої була у захопленні чогось.

Що стосується зв’язків із псл. *\*kora* “кора”, похідним від і.-є. кореня *\*(s)ker-* зі значенням “різати, відтинати, відділяти”, то тут теж є пояснення, і вони цілком прийнятні. У словнику Ю. Покорного (IEW 2704 sqq.) словникова стаття з реконструйованим індоєвропейським коренем *(s)ker-* та

його варіантами *(s)kera-*, *(s)kre-* із першозначенням “різати” містить широкий реєстр слів із різних і.-є. мов, які сягають цих етимонів.

Спираючись на генетичну спорідненість і.-є. *\*(s)ker-ti*, *\*(s)ker-* зі значенням “різати” з гр. *κείρω* “ріжу, стрижу”, можна констатувати те, що їх генетичним дериватом також є псл. слово *\*kora* “кора”, утворене від дієслівного і.-є. кореня *\*ker-/\*kor-* “різати, рубати”, адже для нього реконструйоване першозначення “те, що зрізається” [Карпенко 2014, с. 37-42]. Цей же індоєвропейський корінь міг мати дентальний поширювач звук *s* *\*sker-/\*skor-*, представлений кількома варіантами моделей цього кореня “*\*(s)ker* + якийсь елемент”, що мали помітно близькі значення *\*(s)ker-* “відрізати, дряпати”, *\*(s)kerbh-* “бути гострим”, *\*skerdh-* “різати, колоти, протикати”, *\*(s)kerp-* “відрізати, обскубувати”, *\*(s)kers-* “дряпати, чесати (вовна), кроїти”, *\*(s)kert-* “розрізати (на шматки)”, *\*(s)kreb-* “дряпати, шкребти”, *\*s(k)reibh-* “дряпати, скребти, вирізати, надрізати”.

Відповідно до наведених значень і.-є. коренів *\*sker-/\*skor-* видаються переконливими версії генетичних фонеморфологічних і семантичних переходів в укр. слові *шкіра* унаслідок зміни сполук *ск>шк*, спорідненого з лат. *corium* “товста шкіра”, “шкіра”, д.-інд. *kármēn* “шкіра”, гр. *κείρω* “ріжу, стрижу, обрубую”, лит. *skirti* “відокремлювати, відділяти”, д.-в.-н. *sceran* з подібним значенням.

В етимологічному словнику італійської мови і.-є. корінь *\*sker* пов’язують зі словом *scorza* “кора”, що є похідним із народної латини *\*scortja*, якому в класичній латинській мові відповідає *scortea*, споріднене зі *scortum* “шкіра”, *corium* “тверда шкіра як матеріал” [Meldi 2005, 893]. До кореня *\*ker-* сягає іт. *carne* “м’ясо”, першозначеннями якого були “порція”, “частина”. Можливо, значення походить від жертвовного м’яса, призначеного для богів [Meldi 2005, 191].

Поширеність і водночас синкретизм значень досліджуваних коренів, трансформованих згодом в утилітарних значеннях імені концепту КОРИСТЬ, пов’язуємо, слідом за Т. В. Гамкрелідзе й В’яч. Вс. Івановим, з розвиненістю

уже в індоєвропейців і, звісно, ж згодом у праслов'ян ремесла обробки шкір і кори деревини, від якого була матеріальна користь (облаштування житла, виготовлення одягу, взуття, предметів побуту (див. укр. *корито* з тим же коренем), знарядь для полювання на здобич (тятиви для луку, стріл з кори дерев) тощо. Реконструйована спільноіндоєвропейська лексика свідчить про відносно високий рівень матеріальної культури того часу, і це означає, що важливим для життя було не лише скотарство, а й землеробство, продукти яких використовувалися в ремеслах, наприклад, в обробці шкір, що й фіксує і.-є. корінь *\*sk[h]er-* “різати”, “стригти”, “кроїти” [Гамкрелідзе, Іванов 1984, т. 2, с. 884].

Зіставляючи першозначення імен аксіоконцептів **BENEFIT / КОРИСТЬ**, слід зазначити, що основне утилітарне значення задоволення як результат оцінної діяльності діади сприятливий/шкідливий в англійській мові формувалося на основі актуалізації його диференційні семи ‘благотворне, добре діяння’, а відтак, і домінанти духовних відчуттів британців, тимчасом в українській мові фіксуємо інший диференційний актуалізатор – сему ‘захоплення, здобич’ як матеріальну вигоду.

### **3.3 Синхронна етносеміометрія сучасних значень імен матричних аксіоконцептів **TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ****

Світ уявляється людині крізь призму його культури, зокрема, через семантику слова. А тому сучасна семасіологія в її тісних зв'язках із когнітивною семантикою продовжує обговорювати онтологічну сутність такого поняття, як “семантична структура слова” в його дотичності до феномена “внутрішня форма слова” (М. В. Нікітін та ін.), де основну і донині не вирішену проблему в цій дискусії становить питання організації полісемантичного слова (Арутюнова Н. Д., Афанасьєва О. В., Маркелова О. В. та ін.).

М. В. Нікітін з цього приводу пише, що, “розробляючи критерії розмежування значень полісемантичного слова, встановлюючи їх зміст і зіставляючи їх за змістом, стають очевидними відношення семантичної деривації, тобто наявний факт того, що одне значення утворюється з іншого за певними моделями семантичної транспозиції і що всі вони разом утворюють своїми зв'язками *семантичну структуру слова*” [Никитин 1988, с. 66].

Учений виділяє в семантичній структурі: 1) першозначення (реконструйований етимон – семантичний першоелемент, семантичний архетип) і 2) похідне (-і) значення, які поєднані смисловими зв'язками такого ж порядку, як і зв'язки між певними поняттями. Останні відображають те, як вони організовані в структурі свідомості носія мови, і називаються концептуальними зв'язками: імплікаційними, класифікаційними та знаковими (конвенціональними, семіотичними) [Никитин 1988, с. 69]. Якщо перший тип концептуальних зв'язків відображає реальні відношення між предметами, то класифікаційні зв'язки демонструють спільність властивих їм відношень: гіперо-гіпоніміїчних або метафоричних, які обов'язково мають місце в семантичній структурі полісемантів, встановлюючи логіку переходу одного значення в інше, логіку *семантичних переходів*.

На жаль, на відміну від різноманіття фонетичних законів у XIX ст. і протягом усього XX ст. (і якщо говорити про останнє, то в цей час їх активно продовжили розробляти представники Празького структуралізму), семантичні закони, які викликали скептицизм в індоєвропеїстиці, стали наріжним каменем і в лінгвосеміотиці, і в сучасній когнітивній семантиці уже у XXI ст. І тільки з плином часу лінгвісти усвідомили, що слово – це не лише фонеморфологічний комплекс, а взаємозумовлена єдність форми і змісту, яка теж ґрунтується на власних семантичних законах.

Передовсім у структурній лінгвістиці під **семантичним законом** розуміли закономірність, яка простежується у *семантичних переходах* значень слів (Ю. Д. Апресян) – ключового і донині дискусійного питання

теорії багатозначності, або полісемії. При цьому виявлення змін (семантичних переходів), що відбулися в семантиці слова, слід починати не від сучасного семантичного стану, а з історії походження слова (власне, там уже розпочинаються витoki полісемії і розвиток семантичної структури слова). Це було зроблено в попередніх чотирьох параграфах, зокрема, продемонстровано закономірності семантичних переходів між першозначеннями імен (назв) концептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА і BENEFIT / КОРИСТЬ та дотичних до них синонімів, без яких онтологію цих першозначень неможливо об'єктивно розкрити.

Попередні спостереження за дією семантичних законів уже в індоєвропейській і прото-, і прамові підтверджують припущення етимологів й істориків мови (та й представників інших сфер знання, що досліджують питання антропогенезу) в тому, що слово – це семіотичний знак, символ, семіотична формула, містична криптограма, когнітивно-семантична матриця того чи іншого міфологічного образу (М. М. Болдирев, М. М. Маковський, В. М. Топоров та ін.). Здійснюючи будь-які операції зі словом або ім'ям, люди і сьогодні час від часу (а так уважали носії первісної/міфологічної свідомості) переконані, що у такий спосіб впливають на відповідний предмет, підпорядковуючи його своїй волі. І тому стає зрозумілим смисл буквеної і словесної магії, а також наміри/прагнення “засекретити” імена тих предметів, які потрібно було убезпечити від шкідливого впливу (явище табу) [Меркулова 2008, с. 39].

Повертаючись до питання семантичних переходів, звісно, що воно не обмежується лише генетичним параметром, адже цілком логічно постає необхідність виявлення семантичних змін у часі (у процесі дивергенції) й просторі (й унаслідок конвергенції) тих лексичних елементів, які визнані спорідненими (як генетично, так і контактено) всередині конкретної мовної сім'ї, тобто етносеміометрії їх лінгвокультурологічної релевантності [Серебренникова 2008, с. 4]. Як припускає Є. Ф. Серебренникова, головна проблема полягає в тому, щоб з'ясувати, наскільки і як саме давні, колись

споріднені слова, здатні розвивати і виражати в їх семантичній структурі нові значення, нові культурні смисли, породжувані в національних уже сучасних лінгвосоціумах (зокрема британському й українському), відображаючи тим самим не лише культуру кожного народу, а й особливості їх ціннісних картин світу / аксіоконцептосфер, ураховуючи фундаментальне положення про те, що будь-який акт семіозису, зокрема і семантичних транспозицій слова, має оцінний характер [там само].

Оцінювання при цьому розглядається як уведення в уже наявний досвід нового знання та його сприйняття за шкалою оцінок [Серебренникова 2008, с. 4-5]. І оскільки слово є одиницею зберігання знання не тільки про позначену ним річ у конкретній національній культурі, а й знання про те, які його характеристики в системі кожної мови, то етносеміометрія його сучасних семантичних переходів і, насамперед, набуття нових значень оцінного характеру, а також спеціального і термінологічного планів може бути успішно виконана за допомогою зіставно-параметричного методу.

Зіставно-параметричний метод був розроблений Й. А. Стерниним і М. А. Стерниною й успішно апробований багатьма учнями Воронежської наукової школи. Як відзначають автори, “його суть полягає в розробці та використанні формалізованих параметрів опису концептосфер різних мов та їх національної специфіки. Вимірювання того чи іншого мовного або когнітивного явища в рамках обраного параметра виражається у вигляді індексу, представленого у числовій формі. Зіставлення однойменних індексів в концептосферах різних мов і дає можливість зробити висновок про наявність чи відсутність національної специфіки за цим параметром, а також про ступінь яскравості її прояву” [Стернина 2014, с. 3].

Особливо ефективним цей метод є для вивчення наявності чи відсутності нових сем у семантичній структурі колись споріднених слів з метою виявлення їх національної специфіки у зіставляваних мовах [Стернина 2014, с. 51].

Традиційно у структурній лінгвістиці для цієї процедури застосовували компонентний аналіз, який, за словами В. В. Левицького, “передбачає розкладання значення слова на елементарні смислові елементи” [Левицький 2012, с. 114]. У принципі, процедура зіставно-параметричного методу для вимірювання індексів сем і їх продуктивності / яскравості не тільки не виключає цю методику, але, на нашу думку, не може взагалі бути виконана без неї.

Найбільш затребуваним компонентний аналіз виявився у процесі вивчення проблем полісемії / багатозначності слова, тобто вище згаданих семантичних переходів. І для його апробації дослідники розпочали пошуки оптимального термінологічного позначення елементарних смислових компонентів значення слова. Були запропоновані такі терміни, як фігура, сема, компонент, семантичний множник, семантичний знак, ноема, семантичний маркер тощо. Однак найбільш популярними термінами стали “сема” і “компонент”. У Словнику лінгвістичних термінів (О. С. Ахманова) під семою розуміють “мінімальну, граничну складову одиницю компонентного аналізу, що виконується у процесі дослідження семантичних полів і лексико-семантичних варіантів слова для встановлення їх подібностей і відмінностей” [Ахманова 2004, с. 12].

А оскільки методика компонентного аналізу як процедура все частіше стала застосовуватися для вивчення семантичної структури слова (його багатозначності), то, безумовно, постало питання про розробку класифікації або ширше – типології сем [Арнольд 2013].

Крім виділення семантичних компонентів (сем) у словникових дефініціях досліджуваних слів особливу увагу, наприклад, І. В. Арнольд приділила питанню про їх таксономію, виділяючи актуалізовані й потенційні (імовірні) семи, гіпер- і гіпосеми, денотативні й коннотативні семи, узуальні й okazіональні семи. Однак, найбільш оптимальною типологією сем виявилася класифікація сем спершу на архісему / класему (сему зі значенням



частини мови), диференційні й інтегральні семи, ядерні й периферійні [Арнольд 2013].

При цьому в лексичній семантиці і семасіології тривалий час обговорювалося питання про взаємовідношення між семами, представленими ЛСВ полісемічного слова, в результаті якого вчені припустили, що вони мають все ж таки ієрархічний характер.

Але найскладнішим питанням у перебігу вивчення семантичних переходів всередині полісемантів є характер внутрішньослівних зв'язків, оскільки структура слова є динамічним явищем, історично мінливим, якій властива ієрархічна підпорядкованість елементів [там само, с. 265]. З цього випливає, що семантична структура полісемічного слова становить діахронно-синхронний фрагмент дійсності, опрацьований (позначений) мовою в певний хронологічний період, що складається з актуалізованої у цей період сукупності сем. Сема як найменший компонент внутрішньої форми слова позначає предмет або його характерну ознаку.

Виходячи з цього, В. В. Левицький у своїх роботах “диференційні семи протиставляв не інтегральним, а архісемі, яка відображає родове поняття (згадаймо синкретизм значень одного слова в індоєвропейській мові), в той час як диференційні семи відображають ознаки видових і розпізнавальних компонентів значення слова” [Левицький 2012, с. 117]. Цікавий погляд на це питання висловив М. І. Толстой у своїй теорії ієрархії сем, де він розрізняє основну сему і супутню. Основна сема, на його думку, найчастіше конкретна й термінологічна, супутня – здебільшого абстрактна й універсальна [Толстой 1968, с. 362-363].

Процедури виділення сем традиційно ділять на: 1) логічні / ономасіологічні, 2) лексикографічні й 3) психолінгвістичні.

Логічні процедури (ономасіологічний підхід) передбачають аналіз значень слів шляхом їхнього протиставлення. Наприклад, розглядаючи значення слів *good* / *добро*, можна, перш за все, виділити таку інтегральну сему, як ‘духовна цінність’. Однак більш ефективною ця процедура є тоді,

коли семантичні компоненти / семи виявляються шляхом аналізу семантичних переходів від першозначень – до сучасних їх полісемічних континуантів (що будуються також і на синонімічному ряді слів з одним і тим же значенням), яка дозволяє виділити більше диференційних сем і навіть потенційних.

При виокремленні сем за допомогою ономасіологічної процедури слід приділяти увагу безпосередньо вибору ознаки вимірювання, за якою аналізується значення слів. А оскільки семи, як правило, мають прихований або латентний характер, то для їх виявлення необхідні спеціальні процедури із залученням лексикографічних джерел, а останнім часом все частіше залучають ще й психолінгвістичні методики, зокрема вільний і спрямований асоціативні експерименти (цьому буде присвячено 4 розділ дис.).

Для виявлення змін у семантичній структурі (семантичних переходів) імен чотирьох ціннісних концептів ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ та їхніх генетичних і контактних синонімів: від спільного індоєвропейського першозначення через прагерманські й праслов'янські етимони та значення, а також запозичення у давні стани безпосередньо вже англійської і української мов, які було проаналізовано в попередніх параграфах цього розділу, і до розвитку сучасної в тому числі й термінологічної семантики, релевантною видається процедура вимірювання ступеня прояву національної специфіки в сучасних диференційних та інтегральних і, за наявності, у градуальних і потенційних семах в їхньому зіставленні з індоєвропейськими етнічними константами, вираженими в архісемах та їх семантичних переходах у прагерманській і праслов'янській мовах.

В результаті, національно-специфічні відмінності в досліджуваних семах можна схарактеризувати в термінах М. А. Стерниної та її учнів як *істотні, помітні, видимі й несуттєві* [Стернина 2014, с. 51].

Для параметрів, індекси яких представлені у відсотках, ступінь прояву національної специфіки дорівнює чисельній різниці між показниками індексів зіставлюваних сем у різних мовах. Якщо розбіжності між

показниками індексів складають більше 10%, то виявлені національно-специфічні відмінності кваліфікуються як істотні. Якщо розбіжності варіюються від 5 до 10%, то йдеться про помітні відмінності. Якщо різниця між показниками індексів становить від 1 до 5%, то національно-специфічні відмінності визнаються видимими, якщо ж різниця менше 1% – несуттєвими.

3.3.1 Сучасна етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів TRUTH/ІСТИНА-ПРАВДА. Семантичний розвиток лексеми *truth* позначений значними зсувами значень на осі “індоєвропейська прामова – прагерманська мова – давньоанглійська мова – середньоанглійська мова – сучасна англійська мова”, де переходи відповідних семантичних континуантів спостерігаються у трьох напрямках: 1) **абстракції** – для позначення філософської істини; 2) **конкретизації-специфікації** – для вживання лише в релігійній або морально-етичній сферах; 3) **термінологізації** – для вживання у комерційній, технічній та юридичних сферах (з певним абстрагуванням семантики в окремих уже фахових мовах), але при цьому не руйнують її першозначення, сформовані згідно з міметичною схемою і.-є. \*d / \*t – \*g – \*bh / \*f коренів.

Якщо виходити із сучасних значень досліджуваного імені концепту TRUTH у словниках англійської мови “Oxford Advanced Learner’s Dictionary”, “Longman Dictionary of Contemporary English” [Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English 2000, p. 1394; Macmillan English Dictionary for Advanced Learners: ел. ресурс], то можна скласти уявлення про той фрагмент дійсності, який вона описує.

1. Перше значення “the true facts about something, rather than what is untrue, imagined, or guessed” (правдиві факти щодо чогось не хибного, уявлюваного чи передбачуваного) складається з 3-х ЛСВ: 1) “істина”; 2) “не хибне”; 3) “факт”, які розкладаються на 2 диференційні семи: 1) ‘правдивість’, 2) ‘фактичність’.

2. Друге значення лексеми *truth* “being true [uncountable] the state or quality of being true” (якість чи властивість чогось справжнього / правдивого / істинного) у словниковій статті “Longman Dictionary of Contemporary English” представлено 2-ма ЛСВ: “дійсний стан чогось”, “якість достовірності” з 2-ма диференційними семами: 1) ‘справжність’ і 2) ‘достовірність’.

3. Третє значення “important ideas [countable, usually plural] formal an important fact or idea that is accepted as being true” (важливі ідеї, уявлення; формально – важливий факт чи думка, визнані достовірними) має 3 ЛСВ: 1) “визнана думка”, 2) “факт”, 3) “достовірність”, які розпадаються на 2 диференційні семи: 1) ‘фактичність’ і 2) ‘достовірність’.

4. Четверте значення “in truth / in fact [= really]” (дійсно / у дійсності) є актуалізацією диференційної семи ‘факт’.

5. П’яте значення “if (the) truth be known/told used when telling someone the real facts about a situation, or your real opinion” тлумачить лексему *truth* як передавання інформації відносно ситуації чи вираження власної думки людини і складається з 2-х ЛСВ: 1) “достовірна думка” і 2) “факт” та 2-х диференційних сем: 1) ‘правдивість інформації’ і 2) ‘фактичність’.

6. Шосте значення розглядуваної лексеми “to tell (you) the truth (spoken) used when giving your personal opinion or admitting something” (розм.) має 2 ЛСВ: 1) “визнана персональна думка”, 2) “істина” і 2 диференційні семи: 1) ‘визнання’ і 2) ‘істинність’.

7. Сьоме значення “nothing could be further from the truth used to say that something is definitely not true” пов’язане з уживанням досліджуваної лексеми у випадках, коли щось є не зовсім правдою або точно не є правдою, а тому в одному його ЛСВ “ознаки правди” диференціюються 2 семи: 1) ‘сумніви у правдивості інформації’ і 2) ‘неправдивість’.

8. Восьме значення “the truth will out old-fashioned used to say that even if you try to stop people from knowing something, they will find out in the end” (застар.) є стійким висловом, що вживають на позначення неминучості розкриття правди, як би майстерно вона не приховувалася. Тут наявні 2 ЛСВ:

1) “приховування правди” і 2) “розкриття правди” з однією диференційною семою ‘неправдивість’.

Відтак, сучасні лексикографічні значення лексеми *truth* надають змогу змоделювати її синхронну семантичну структуру, яка представлена у згаданих джерелах 8-ма значеннями з властивими ЛСВ, окремі з яких, наприклад, ЛСВ “достовірність інформації”, ЛСВ “фактичність” зберігають тісний зв’язок з архісемою ‘істинність’. У свою чергу, кожне значення з його ЛСВ розкладається на відповідні диференційні семи, які також демонструють тісні зв’язки з цією архісемою.

У процесі аналізу словникової статті з реєстровим словом – лексемою *truth* ще в одному сучасному тлумачному словнику англійської мови “Collins English Dictionary” [Collins English Dictionary] фіксуємо такі значення:

1. Перше значення “the truth about something is all the facts about it, rather than things that are imagined or invented” (сукупність фактів про щось) актуалізує 1 диференційну сему ‘правда’.

2. У другому значенні “if you say that there is some truth in a statement or story, you mean that it is true, or at least partly true” наявні 2 ЛСВ: 1) “достовірність” та 2) “істинність інформації”, які також є актуалізаторами однієї диференційної семи ‘правда’.

3. Третє значення “a truth is something that is believed to be true” має 2 ЛСВ “загальновизнаний факт” і “істинність інформації” і 2 диференційні семи ‘фактичність’ і ‘правда’.

Наступні три значення є стійкими словосполученнями на зразок фразеологічних утворень, які образно семантизують конкретні ознаки загального значення “істини” або “правди” в англійській мові.

4. Зокрема, четверте значення є образним, переосмисленим рефлексом, відображеним у внутрішній формі фразем, де актуалізуються потенційні семи. Для фраземи *home truth* (гірка правда) потенційною семою є ‘смакові якості правди’, а для фраземи *moment of truth* (момент істини) – потенційна сема ‘віра в абсолютну правду’.

5. П'яте значення “You say in truth in order to indicate that you are giving your honest opinion about something” на рівні фразової єдності актуалізує значення лексеми *truth*, зокрема таку його потенційну сему, як ‘справедлива/правдива думка’.

6. Шосте значення “You say to tell you the truth or truth to tell in order to indicate that you are telling someone something in an open and honest way, without trying to hide anything” становить цілий вислів, в якому наявне відверте визнання певної інформації/події без приховування деталей. Тут потенційною є ‘визнання правди’.

І якщо загалом представити сучасну семантичну структуру лексеми *truth* у цьому лексикографічному джерелі (Collins English Dictionary), то її формують 6 значень з їх ЛСВ та диференційними семами і, на відміну від її семантичної структури в попередньому словнику, містять ще й потенційні семи, сформовані на базі фразем та цілих фразових висловлень.

Докладне знайомство зі словниковими статтями з реєстровим словом *truth* в інших, не менш авторитетних, тлумачних лексикографічних джерелах англійської мови (“Webster's Third New International Dictionary of the English Language” [Webster's Third New International Dictionary of the English Language, unabridged], “Macmillan English Dictionary for Advanced Learners” [Macmillan English Dictionary for Advanced Learners]) засвідчило подібну сучасну семантичну структуру цієї лексеми.

При цьому перекладний словник “Новый Большой англо-русский словарь: в 3-х т.” додає, окрім виявлених, ще три додаткові значення: 1) з технічної термінології – “точність установки”, 2) фізики – “істина” (характеристика кварка), 3) релігійної сфери – “Бог” [Новый Большой англо-русский словарь 1994, с. 576-577].

На базі виявлених значень, їхніх ЛСВ з диференційними і потенційними семами представляємо інтегральні семи – узагальнені компоненти семантичної структури досліджуваної лексеми *truth* в англійській мові:

- 1) сема 'наявність факту як чогось достовірного/правдивого'
- 2) сема 'визнання факту як істини/правди/авторитетна думка'
- 3) сема 'справедливість'
- 4) сема 'віра в істину'
- 5) сема 'сумніви в істинності інформації'
- 6) сема 'Бог'.

В якому напрямі відбувався розвиток ядерних першозначень лексеми *truth* (тобто її індоєвропейських і прагерманських семантичних рефлексів) в англійській мові, починаючи з давньоанглійського і середньоанглійського періодів (з урахуванням прийнятої періодизації у розвитку англійської мови: *Old English* (450-1100 AD), *Middle English* (1100-circa 1500 AD) and *Modern English* (since 1500) [<http://www.studyenglishtoday.net/english-language-history.html>], коли фіксують їхні перші семантичні переходи у вказані періоди і як поступово менталізувалися уявлення сучасних носіїв англійської мови про це поняття, розглянемо докладніше за допомогою процедури зіставно-семантичної інтерпретації виявлених значень, ЛСВ та їхніх сем.

Значення "істина" лексеми *truth* з актуалізацією в ньому ознаки 'щось достовірне/правдиве' сучасні словники датують серединою XIV ст., яке, ймовірно, є семантичним переходом з д.-а. прикметників *teors* "правдивий", *treowe* "достовірний", від яких виник дериват *treowth* уже зі значеннями "правда", "істина", "достовірність". Значення "не хибне/точне", "факт" зареєстроване у 1560 році, яке, скоріше за все, є семантичним переходом значень "такий, що заслуговує на довіру", "справжній, істинний" п.-герм. реконструйованої форми *\*treuwaz*.

Значення п.-герм. *\*treuwaz* "справжній, істинний", які також перейшли і до д.-а. форм *teors*, *triewe* та *treowe* як "істина, правда, правдивість", зберегли свої семантичні ознаки і в ЛСВ "істина" [Online Etymology Dictionary].

У релігійному тлумаченні значення "Бог" лексеми *truth*, яке фіксують лише перекладні словники, є результатом розвитку значення "триєдність",

реконструйованого для і.-є. кореня *\*tris*, що відображає давні уявлення індоєвропейських етносів про порядок і гармонію НЕБА, ЗЕМЛІ Й ПІДЗЕМНОГО ЦАРСТВА, а пізніше – у християнстві триєдність почали пов'язувати із небесним Отцем, Сином і Святим Духом. Тут можна розглядати і потенційну сему 'віра в абсолютну правду' 4 значення лексеми *truth* у словнику "Collins English Dictionary" [Collins English Dictionary: ел. ресурс].

Очевидно, що і сучасні значення "факт", "справжня якість", "достовірність", "точність існування чогось, що не є хибним" та ін. є семантично однорідними поняттями, сформованими на базі уявлень про віру в світовий порядок, який є достовірним фактом.

Невипадково, що ці архетипні уявлення, закріплені у значенні "достовірність", а також у значеннях "визнання" і "ознаки правди" семантично перейшли в один із ЛСВ генетичного деривату лексеми *truth* – іменника *trust* зафіксованого у словнику [Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English 2000, p. 1393-1394] як 1) "довіра, віра", на базі якого за моделлю ланцюжкової полісемії розвинулися інші сучасні значення (переважно спеціальні й термінологічні) цієї лексеми: 2) "опіка, управління майном довірчим власником"; 3) "організація /група осіб, які інвестують надані гроші, прибуток з яких йде на благодійні цілі"; 4) (сфера бізнесу, особливо в амер. англ.) "група компаній, що працюють разом для незаконного зниження конкуренції, регулювання цін" [Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English 2000, p. 1393-1394].

У перекладних словниках, зокрема у найбільшому з наявних, яким уважають "Новый Большой англо-русский словарь: в 3-х т." додатково представлено два ЛСВ аналізованої лексеми, перший із яких 1) "надія, джерело надії" є семантичним переходом значення "довіра, віра", а другий – 2) "позика/кредит" (комерційний термін) – результатом радіальної полісемії значення 3) "організація /група осіб, які інвестують надані гроші, прибуток з яких йде на благодійні цілі", яке розширило свою семантику до абстрактного



значення “кредит” загалом [Новый Большой англо-русский словарь 1994, с. 575-576].

Тимчасом дієслово *trust* повністю зберегло в першому ЛСВ давнє значення лексеми *treowian* 1) “довіряти, вірити”, в якому розвинулася сема ‘мрія’, на базі якого виникло значення 3) “надіятися, сподіватися” [Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English 2000, p. 1394], а також утворилося нове термінологічне значення 4) “надавати позику/кредит” (комерційний термін) [Новый Большой англо-русский словарь 1994, с. 576].

Загалом іменник *trust* з’являється в середньоанглійський період у 1200 році й розширює свою семантичну структуру, але в напрямі звуження абстрактного значення “віра і довіра” до конкретного/спеціального морально-етичного значення “довіра, впевненість у правдивості, чесності, інших чеснотах людини” і релігійного: “релігійна віра” [Online Etymology Dictionary]. З 1300 року лексема *trust* вживається у значенні “надійність, вірність”, а наприкінці 14 ст. – “впевнене очікування”, “те, на що можна покластися”.

У сучасній англійській мові на поч. 15 ст. у семантичній структурі лексеми *trust* розвивається термінологічне юридичне значення “довірча власність”, а згодом (1877 р.) її починають уживати в юриспруденції на позначення “підприємства, організованого для зниження конкуренції” [Online Etymology Dictionary].

З огляду на першозначення лексеми *trust*, якими є “довіра і віра” і які сягають п.-герм. реконструйованих форм *\*traustam*, *\*treuwaz*, робимо висновок, що всі її значення у сучасній англійській мові є результатом семантичних переходів д.-а. лексеми *treowian* “вірити, довіряти”.

У тлумачних словникових статтях наявні деривати лексеми *truth*, які за своїми інтегральними семами поділяються на два семантичні мікрополя: 1. “Те, що відповідає дійсності”: *truism* (“відверта правда”), *true-born* (“справжній”), *true-bred* (“вихований”; “чистокровний”), *truthful* (“правдивий”, “вірний”), *truthfulness* (“правдивість”, “вірність”), *truth-lover*

("правдолюб") і 2. "Вірність, відданість": *true-blue* ("вірний"), *true-hearted* ("відданий"), *true-love* ("любий"), *trueness* ("вірність", "відданість") з перехресним значенням "вірність".

Зафіксовано також і протилежні значення з тим же дериватом на зразок *untruth* ("неправда", "невірність"), *untruthful* ("хибний"), *truthless* ("неправдивий", "ненадійний", "невірний"), *truthlessness* ("ненадійність", "невірність").

Одночасно з лексемою *trust* в англійській мові функціонує і її синонім *belief* у трьох значеннях: 1) "віра, переконання"; 2) "думка, переконання"; 3) "віра" (як релігійне поняття) [Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English 2000, p. 100-101]. Останнє значення з 1200 р. розширює семантичну структуру лексеми *belief*, але в напрямі спеціалізації як вузько релігійне поняття на позначення "віровчення, основної доктрини релігії або церкви; речей, що вважаються істинними як предмет релігійної доктрини". Це відбулося наприкінці 12 ст. (у середньоанглійській період), коли лексема *beleve* зі значеннями "впевненість у людині; віра в релігію" витіснила д.-а. лексему *geleafa*, яка вживалася в абстрактному значенні "віра, довіра" і походила від п.-герм. форми *\*ga-laubnon* "шанувати, поважати, довіряти", утвореної від і.-є. *\*galaub-* "дорогий, шановний" [Online Etymology Dictionary].

Починаючи з 13 ст. у середньоанглійській період з'являється синонімічна до двох попередніх назв – лексема *faith* зі значенням "вірність, довіра до обіцянки; вірність людині; чесність, правдивість", що є запозиченням зі ст.-фр. мови, похідної від лат. дієслова *fidere* "вірити, довіряти", яке було утворено від і.-є. кореня *\*bheidh-* "вірити, довіряти, переконувати". Також у цей період лексему *faith* уживають у значенні "клятва, обітниця" [Online Etymology Dictionary].

З початку 14 ст. у семантичній структурі цієї лексеми актуалізується сема 'милосердя' на базі конкретного значення "віра в релігійні справи", яке безпосередньо було пов'язане з християнською церквою або релігією. З кінця

цього ж століття ця лексема обслуговує віровчення під назвою “фідеїзм”, яке залучає вірян до християнської церкви шляхом релігійного переконання.

У сучасних тлумачних словниках англійської мови іменник *faith* має шість значень з абстрактною, релігійною та морально-етичною семантикою: 1) “віра, довіра”; 2) (релігійне) “віра”; 3) (релігійне) “віресповідання”; 4) (good faith) “чесні наміри” [Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English 2000, p. 453]; 5) “вірність”, “відданість”, “лояльність”; 6) “обіцянка”, “порука”, “слово” і одне – термінологічне значення, розвинуте у сфері офіційно-ділового дискурсу – 7) “посвідчення” (офіційний термін) [Новый Большой англо-русский словарь 1994, с. 731].

Термінологізація значень імені концепту TRUTH відбулася в юриспруденції. Зокрема в юридичному словнику “Law dictionary and Black’s Law Dictionary” лексема *truth* тлумачиться як: 1) “дійсний стан речей”; 2) “суворе дотримання істини у двосторонніх угодах”; 3) “цілковита і беззаперечна правда свідка для встановлення істини”; 4) “істина як єдиний і незаперечний доказ”; 5) “надання істини як доказу при переслідуванні за наклеп при певних обставинах (у конституціях Сполучених Штатів Америки)” [Law Dictionary and Black’s Law Dictionary].

Перше термінологічне значення “дійсний стан речей” очевидно утворилося як результат семантичного переходу п.-герм. першозначення “справжній, істинний”, реконструйованого в етимона *\*treuwaz*, а також як результат термінологізації абстрактного значення “істина, правда” д.-а. форм *teors triewe / treowe*. Наступні значення і ЛСВ демонструють їхні семантичні зв’язки з першозначеннями п.-герм. форми *\*treuwaz* “такий, що заслуговує на довіру”, “справжній, істинний”.

Залежно від ліній/схем семантичного розвитку лексеми *truth*, її дериватів і синонімів встановлено, що інтегральні її семи оформилися як концептоутворювані ознаки, які стали етнічними константами для становлення певної системи цінностей британців (загальнокультурних,

духовних, соціальних, релігійних, політичних), а окремі з них термінологізувалися в юриспруденції.

І якщо для наукової істини актуальною є інтегральна сема з її протиставленням VERACITY / FALSITY, то для політичної істини – це THOUGHT / (докса – авторитетна думка) / LACK OF AUTHORITY, для релігійної істини – FAITH / DESPONDENCY тощо. Звісно, що ці бінарні кореляти в різних картинах світу є синонімами ключового слова – імені концепту TRUTH.

Цей попередній висновок свідчить про те, що внутрішньослівні зв'язки, які сформувалися в діячності (між першозначеннями), у синхронії розчиняються саме на рівні синонімів, що покривають тотожні поняття, але різними іменами. Це надзвичайно важливо при вивченні найменувань тих понять, які для кожної лінгвокультури набули статусу концептуально-ціннісних (значимих) утворень, складні ієрархічні зв'язки між якими мають модель когнітивних матриць.

Правомірність розгляду синонімів у дослідженні ментальних утворень концептуальної природи, у даному разі таких синонімічних понять, як “істина” і “правда” та їхнього корелята “віра” визначається розумінням синонімічного ряду – ланцюжка слів, “пов'язаних семантично, де кожен член цієї схеми відрізняється будь-яким компонентом (семою) свого значення від інших членів ряду і водночас збігається з ними за іншим компонентом (Ю. Д. Апресян). Синоніми виражають відтінки значення, які відображені у словниках, а тому надають змогу виявити нові ознаки у концептуальних структурах. І саме на основі диференційних ознак можна робити певні припущення про ЗНАЧИМІСТЬ (ціннісну) концепту і його національні домінанти.

Що стосується питання синонімічного співвідношення імен концептів ІСТИНА і ПРАВДА, то підтримується припущення про те, що обидві лексеми перебувають у тісних семасіологічних зв'язках, але не є абсолютними синонімами, і через це окремі дослідники (М. В. Черников) їх

навіть вважають “квазісинонімійними поняттями”. Надаючи пояснення своїм твердженням, М. В. Черников вважає, що хоча “вони і утворюють специфічний концептуальний тандем, де на перший план виходить їхня тісна єдність і смислова цілісність, проте глибше вивчення кожного з цих феноменів засвідчує його самобутність/унікальність і заперечує постулат про їхню повну синонімію і взаємозамінність [Черников 1999, с. 164].

Для перевірки цих гіпотез залучаємо тлумачні лексикографічні джерела української мови і виконуємо семасіологічний і компонентний аналіз семантичних структур лексем *істина*, *віра* і *правда*.

Новий тлумачний словник української мови В. Яременко і О. Сліпушко подає 4 значення реєстрового слова *істина* з характерними для кожного з них ЛСВ.

Перше значення лексеми *істина* витлумачується з погляду повної синонімії зі словом *правда*, тобто у диференціації 5-х ЛСВ:

1) “правда, тобто те, що відповідає дійсності”; 2) “істина, труїзм” (*truism* – генетичний дериват лексем англійської мови *truth, trust*); 3) “певна сукупність достовірних відомостей про що-небудь”; 4) “дійсний стан речей, реальність”; 5) “справедливість” [Новий тлумачний словник української мови 2006, т. 2, с. 857].

Друге значення має позначку (книжн.), що включає 1 ЛСВ “моральний ідеал, справедливість”, і позначку (філос.), яке диференційоване 2 ЛСВ: 1) “достовірне знання, що правильно відображає реальну дійсність у свідомості людей”; 2) “положення, твердження, судження, перевірене практикою, досвідом, догма, постулат” [Новий тлумачний словник української мови, т. 1, с. 797].

З цього випливає, що друге значення, з одного боку, розширює семантичну структуру лексеми *істина* в українській мові, а з іншого, – звужує його вбік спеціалізації до морально-етичної сфери, а також – до термінологізації у філософській науці.

Цікаво, що в перебігу лексикографічного аналізу досліджуваної лексеми у “Словнику української мови в 11 т.” виявилось, що словникова стаття з цим реєстровим словом чомусь відсутня. Наявний лише прикметник *істинний* з двома значеннями: 1) перше значення “правильний, правдивий” відповідає істині у 1, 3 і 4 ЛСВ; 2) друге – витлумачене як “дійсний, справжній, непідроблений” [Словник української мови, т. 4, с. 50]. Подано також дериват *істинність* з позначкою *книжн.* як абстрактне поняття до *істинний* [Словник української мови, т. 4, с. 50].

Ця словникова стаття відсилає до синоніма *справжній* з його 4 значеннями: 1) “який є насправді, в дійсності”; “істинний, дійсний”; “не штучний, не підробний”; “щирий, не вдаваний”; 2) “який відповідає певним вимогам, який є досконалістю, взірцем, ідеалом чого-небудь”; 3) “надзвичайно подібний до кого-, чого-небудь, дуже схожий з кимсь, чимсь”; 4) “яким повинен бути, який відповідає дійсності” [Словник української мови, т. 9, с. 591].

Якщо розглядати перше значення лексеми *істина* та його ЛСВ, то воно вочевидь є семантичним переходом реконструйованого значення і.-є кореня *\*st-* “те, що відповідає дійсності”, “щось справжнє”, а також реконструйованого значення псл. етимона *\*Istь* “справжній”, від якого походить ст.-сл. *Истъ, истовъ* “справжній, дійсний, істинний”. Значення і.-є кореня *\*st-* у результаті радіальної полісемії термінологізувалося у філософській науці і з абстрактного/ синкретичного трансформувалося у більш конкретне як “достовірне *знання*, що правильно відображає реальну дійсність у свідомості людей”. Також можна припустити, що 2 філософське значення слова *істина* з його ЛСВ “положення, твердження, судження, перевірене практикою, досвідом, догма, постулат”, тобто те, що є “непорушним, стійким, підтвердженим, чітким”, крім першозначення і.-є кореня *\*st*, стало результатом семантичного переходу “твердість, міцність” і.-є кореня *\*ues-*.

У Філософському енциклопедичному словнику “істина” визначена як “філософська категорія, яка разом із категоріями Добра, Краси і Свободи відбиває глибинний смисл людського світовідношення та осягнення буття, пошуків людського духу та творення гуманістичних ідеалів; 2) виражає сутнісний зміст та мету пізнавального процесу і характеризує його результат – **знання** – тобто адекватне відображення суб’єктивної та об’єктивної реальності у свідомості людини. Істина встановлюється через визначення відповідності пізнавального образу, знання реального стану речей у дійсності, що надає Істині за своїм змістом незалежності від суб’єкта. Як продукт пізнання, Істина у сфері культури набуває ціннісного значення. Визначення смислу пізнавальної діяльності як служіння Істині надає цій категорії морального значення” [Йолон 2002, с. 252-253]. У представленій філософській науково-термінологічній дефініції відображено семантичні континуанти “адекватне відображення дійсності”, “стан речей у дійсності” як рефлексії значень і.-є. кореня \**st*: “те, що відповідає дійсності”, “щось справжнє”, псл. форми \**Istь* “справжній, щирий” та ст.-сл. *Исть, истовь* “справжній, дійсний”, а також і.-є. кореня \**ues*- “твердість, міцність” та його генетичних дериватів \**uera*- “віра” та \**ueros*- “істинний”.

Першозначення останніх етимонів семантично розвинулися у структурі лексеми *віра*, яка у “Новому тлумачному словнику української мови” складається з трьох значень та їхніх ЛСВ. Перше значення включає два ЛСВ: 1) “упевненість у чомусь, у здійсненні чого-небудь”; 2) “впевненість у позитивних якостях кого-небудь, у правильності, розумності чиєїсь поведінки”. Друге значення витлумачує лексему *віра* як синонім до значення “довір’я” (“ставлення до кого-небудь, що виникає на основі віри в чіюсь правоту, чесність, щирість і т. ін.” [Словник української мови, т. 2, с. 335]). Третє значення має два ЛСВ, з позначкою (рел.): 1) “визнання існування Бога, переконання в реальному існуванні чогось надприродного”; 2) “те або інше релігійне вчення, віровизнання” [Словник української мови, т. 1, с. 345].

У “Словнику української мови в 11 т.” словникова стаття с реєстровим словом *віра* має 4 значення з їх ЛСВ. Перше значення “упевненість у чомусь, у здійсненні чого-небудь” є семантичним переходом реконструйованого значення “твердість, міцність” і.-є. кореня \**ues-*; друге – збігається з цим же семантичним континуантом у вище аналізованому джерелі (“те саме, що довір’я”); Третє значення є спеціальним з позначкою (рел.) і теж збігається з вище вже прокоментованим. Тимчасом четверте значення не лише набуло семіотичної термінологізації, а й зазнало морфологічної трансформації – перетворилося з іменника на вигук, який уживається в мові моряків, будівельників і т. ін. як знак команди при вантажних роботах, що означає: “піднімай!”, “вгору!” [Словник української мови, т. 1, с. 679].

Термінологізації лексема *віра* набула і у філософії, про що свідчить її визначення у “Філософському енциклопедичному словнику”, де безпосередньо зафіксовано, що “це одна з фундаментальних світоглядних категорій; термін, який уживається на позначення особливого екзистенційного, духовного акту людської життєдіяльності, [...] одна з найважливіших специфічних здатностей людини сприймати належне як *Суще* (\**Istь*), бажане як дійсне, майбутнє як сучасне; сприймати не підтвержені соціально-історичним чи індивідуальним практичним або ж пізнавальним досвідом, не обґрунтовані емпіричними, експериментальними чи логічними засобами знання, цінності, норми та ідеали як істинні, автентичні характеристики об’єктивної реальності; підґрунтя і складник адекватного вираження людських світовідношень, надій і сподівань [Філософський енциклопедичний словник 2012, с. 92]. У широкому розумінні “віра” означає “те саме, що й віровчення”, тобто система релігійних поглядів, яких дотримується та чи інша людина; у вузькому розумінні – це або “Вища, протиставлена розумові духовна потенція людини, або раціонально необґрунтована впевненість у реальному існуванні різноманітних надприродних явищ й істот” [Філософський енциклопедичний словник 2012, с. 92].



Припускаємо, що релігійні значення “визнання існування Бога, переконання в реальному існуванні чогось надприродного” і “релігійне вчення, віровизнання”, ймовірно, є семантичними континуантами абстрактного значення “говорити” (Слово) і.-є кореня \**uer-*, про яке йдеться у Біблії: “Тож віра від слухання, а слухання через Слово Христове” (До Римлян 10:17).

Семасіологічна діада “істина – віра” завжди розглядається крізь призму їхнього співвідношення з розумінням поняття “правда” [Степанов 2004, с. 455–471]. І це підтверджують сучасні значення лексеми *правда* з їх ЛСВ, наведені у “Новому тлумачному словнику української мови”.

Перше значення “те, що відповідає дійсності” складається з 3-х ЛСВ: 1) “істина, труїзм”; 2) “певна сукупність достовірних відомостей про що-небудь”; 3) “дійсний стан речей, реальність”. Друге – “правдивість” диференціюється у 2-х ЛСВ: 1) “правильність”; 2) “який відповідає істині, дійсності”, що є семантичними рефlekсами значень псл. кореня \**prav-* “прямий – який не відхиляється вбік”, “правильний”, “правий”. Третє – тлумачиться як “справедливість” і свідчить про те, що у семантичній структурі лексеми *правда* актуалізується морально-етичний компонент, що диференціюється 3 ЛСВ: 1) “порядок, який ґрунтується на справедливості”, 2) “чесність”; 3) “соціально зумовлене розуміння справедливості” (одна з ціннісних констант, відсутність якої веде до руйнації державності загалом – Н. С.). Відповідно, четверте значення є термінологізованим, пов’язаним з юридичною сферою, адже тлумачить лексему *правда* як “назву кодексів середньовічного права” (є семантичним переходом значень “положення”, “закон”, “судова справа” слова *правда* у старослов’янській мові) [Новий тлумачний словник української мови 2006, с. 857-858].

Усі значення з їхніми ЛСВ збігаються зі значеннями лексеми *правда*, наведеними у “Словнику української мови в 11 т.” [Словник української мови, т. 8, с. 497]. Зауважимо, що цей словник подає слова *істина* і *правда* як абсолютні синоніми, адже наводить тут їх в одному словосполученні *істинна*

(святá, сýща, чїста, чистїсїнька, щїра) *пáвда* – *їстина*, що не підлягає жодним сумнівам. І це може бути поясненням, чому в цьому академічному лексикографічному джерелі немає окремої словникової статті, як уже згадувалося вище, з реєстровим словом *їстина*.

Але саме подальша термінологізація і першозначень, і сучасних значень обидвох лексем підтверджує їх синонімію, але не суцільну тотожність.

С. Кримський у “Філософському енциклопедичному словнику” зазначає, що “правда” – це “особлива форма поєднання істини з життєвими нормами; це істина, що стала принципом життя. Тому не може бути універсальної правди, оскільки не існує універсальної людини. Завдяки тому, що “правда” потребує певних форм поєднання “істини” з життям, вона є багатоіпостасною, може набувати різних витворів, тимчасом як “істина” єдина щодо певної предметної області. “Правда” будується, а “істина” відкривається. “Істина” доводиться, а “правда” засвідчується життям чи особистим прикладом” [Кримський 2002, с. 506-507].

Отже, сучасна семантична і термінологічна стратифікація імені концепту ПРАВДА крізь призму значень імені концепту ВІРА дає підстави для висновку щодо горизонтальної осі формування в їх семантичних структурах ціннісних смислів шляхом опозицій “прямий – кривий”, зокрема морально-етичної спеціалізації і юридичної термінологізації (старослов'янські слова з коренем *прав-* на оцінній шкалі мають позитивний плюс, “первинними, вихідними значеннями яких є “прямий, рівний, без відхилень (про шлях), “спрямований прямо, вперед (про рух)” [Цейтлин 1980] з подальшими переходами у значення “справедливості”. Тимчасом ціннісна семантизація і термінологізація імені концепту ІСТИНА характеризується ознакою вертикальної осі простору (“прямостояння”, “стовбур”, “стійкість”, “непохитність”).

Попередня семантична реконструкція як першозначень двох лексем, так і їхніх сучасних континуантів дає підстави говорити про їх неповну

синонімію, а також припустити, що ці лексеми у свідомості давніх слов'ян та їхніх нащадків українців, зокрема і сучасних позначали і позначають як спільні, так і різні фрагменти світу (наївний, науковий, релігійний тощо).

Підсумовуючи, зазначимо, що усвідомити поняття “істина” як певного Абсолюту прагнули вчені всіх часів і згодом навіть сформулювали філософське питання “Що таке істина?” [Гостева 2004]. У процесі тривалих пошуків відповіді на це питання останнім часом і, насамперед, лінгвісти почали обговорювати тезу про те, що матричні аксіоконцепти TRUTH/ІСТИНА є світоглядними ціннісними лінгвоетнічними константами й домінантами картин світу (моделей світу) британців і українців, що почали свій розвиток ще у філогенезі й зазнали ціннісних трансформацій у кожній культурі як у змісті, так і у плані вираження.

3.3.2 Сучасна етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів GOOD / ДОБРИЙ-ДОБРО. Для етносеміометричного вимірювання індексів сем значень імен концептів *good* / *добрий-добро* в англійській та українській мовах обираємо такі індекси: 1) індекс словникової представленості архісеми в дефініціях семантики сучасного слова; 2) індекс словникової фіксації інтегральних сем; 3) індекс словникової фіксації диференційних та градуальних сем; 4) індекс еквівалентності сем імен концептів GOOD / ДОБРИЙ/ДОБРО.

У сучасних тлумачних словниках англійської мови Oxford Advanced Learner's Dictionary, Longman Dictionary of Contemporary English представлені 6 основних значень іменника *good*: 1) “добро”, 2) “благо”, 3) “праведність”, 4) “добročесність”; 5) “добрі, хороші люди”; 6) “користь, вигода” [OAL, p. 555] [<https://www.ldoceonline.com/dictionary/good>].

Для реєстрового прикметникового слова *good* в Oxford Advanced Learner's Dictionary та Longman Dictionary of Contemporary English зафіксовано 19 ЛСВ: 1) “якісний, відповідний”; 2) “приємний”; 3) “розсудливий, логічний, переконаний”; 4) “сприятливий”; 5) “досвідчений,

кваліфікований”; 6) “умілий”; 7) “добропорядний, доброчесний”; 8) “законний”; 9) “добрий”; 10) “вихований”; 11) “здоровий”; 12) “корисний, придатний”; 13) “підходящий, відповідний”; 14) розм. “(схвалення) добре” 15) розм. (вигук) “Боже мій!” 16) “великий (у кількісному значенні), значний”; 17) “принаймі, не менше ніж”; 18) “повний, завершений”; 19) “забавний, цікавий”. [OALD, р. 554; <https://www.ldoceonline.com/dictionary/good>].

Про те, що саме прикметник *good* (а не іменник) в англійській мові найбільш повно відображає його семантичну структуру писали й інші дослідники, зокрема Н. В. Іваненко, І. В. Змієва [Змієва 2007, с. 206-208]. Зокрема у своїх працях І. В. Змієва фіксує на одне значення більше: 1. “високий стандарт”, 2. “необхідні якості”, 3. “вміння/здатність”, 4. “приємний”, 5. “праведний”, 6. “морально правильний”, 7. “добрий”, 8. “вихований”, 9. “який веде до успіху/прибутку/добробуту”, 10. “відповідний, придатний, гідний”, 11. “поважний”, 12. “схвалюючий, згодний”, 13. “корисний, здоровий, міцний / у гарній формі”, 14. “великий, потужний”, 15. “повноцінний”, 16. “кількість”, 17. “ступінь”, 18. “дійсний, справжній”, 19. “той, хто надає задоволення”, 20. “вживання у формах привітання і прощання” [Шевченко, Змієва 2007, с. 4-16].

Виходячи з представленої у словникових джерелах іменниково-прикметникової семантичної структури слова *good*, можна виділити в ній такі інтегральні семи:

1) сема ‘моральні якості’ представлена значеннями: “добро / добрий”, “благо”, “добропорядний”, “доброчесний”, “добрі (хороші) люди”, “вихований”;

2) сема ‘духовні якості’ – значенням “праведність”;

3) сема ‘достатній’ – значеннями “повний”, “завершений”; у кількісному значенні – “великий”, “значний”, “принаймі, не менш ніж”;

4) сема ‘характеризується певними якостями’ – значеннями “досвідчений”, “кваліфікований”, “умілий”, “ефективний”;

- 5) сема 'задоволення' – значеннями “приємний”, “забавний”, “цікавий”;
- б) сема 'певний стандарт / якість' – значеннями “підходящий”, “відповідний”, “якісний”, “сприятливий”, “здоровий”.

Аналізуючи семантичні зсуви на осі першозначень лексеми *good*: індоєвропейська мова – прагерманська мова – давньоанглійська мова – середньоанглійська мова – сучасна англійська мова, припускаємо, що сема 'моральні якості' з її ЛСВ “добро”, “благо”, “благочесність”, “добрі (хороші) люди”, “вихований”, ймовірно, є семантичним переходом першозначення 1) “відповідний, гідний, придатний” п.-герм. форми \**gōda* та в подальшому його семантичних континуантів “Богоподібна (божественна) людина”, “милосердна людина”, зафіксованих для д.-а. форми *gōd*. Останнє значення розвинулося у 1200 році, яке трансформувалося у значення “вихований” у сучасний період.

Значення “добрий”, “добропорядний”, “доброчесний” також є результатом семантичних переходів “праведний”, “благочестивий”, “доброчесний” та “чеснота” д.-а. *gōd*.

ЛСВ “праведність” розвинутий унаслідок звуження значення у бік спеціалізації і, зокрема, конкретизації у зв'язку з його вживанням у релігійно-християнській сфері, актуалізуючи в семантичній структурі сучасної лексеми *good* **морально-етичний ціннісний компонент**, який пов'язаний з моральними чеснотами людини: правильним, відповідним і богоугодним життям людини, витоки яких сягають першозначення “вище божество” п.-герм. форми \**guthan*, яке у д.-а. формі *gōd* його зберегло і водночас конкретизувало в ЛСВ “подібність Бога”, “Богоподібна (божественна) людина”, “праведний”, “благочестивий”, “доброчесний”. На основі подальших спостережень за лініями розвитку семантичної структури лексеми *good* робимо ще одне важливе припущення про те, що аналізований ЛСВ безпосередньо пов'язаний зі значенням “Бог”, яке реконструюється для п.-герм. форми \**guota*. Релігійна складова значень “добрий, праведний,

благочестивий” по відношенню до людини і Бога актуалізувалось у давньоанглійській мові, а по відношенню до дій з середини 14 століття.

ЛСВ “підходящий”, “відповідний”, “якісний”, “сприятливий”, “здоровий” з ознакою певний стандарт / якість є семантичним переходом значення “відповідний, гідний, придатний” п.-герм. форми *\*goda* та значення “бажаний”, “сприятливий”, “вигідний” д.-а. форми *gōd*.

Значення “гідний, відповідний” п.-герм. форми *\*gōda* трансформувалося у ЛСВ “ефективний” д.-а. форми *gōd*, на базі якого виникли сучасні ЛСВ “досвідчений”, “кваліфікований”, “умілий”.

ЛСВ “повний”, “завершений”; “великий”, “значний”, “принаймі, не менш ніж” з ознакою “достатність” є результатом семантичного розвитку значення “великий” щодо числа, кількості, часу або відстані [OED], яке фіксується у семантичній структурі лексеми *good* з 1200 року і є семантичним трансформом значення “повний, цілий, завершений” п.-герм. форми *\*gōda* та д.-а. *gōd*.

Вигук “Боже мій!”, що має емоційно-забарвлене християнсько-релігійне вузько спеціалізоване значення “звертання до Бога з метою близькості з Ним для отримання його милості й прихильності”, на що вказує значення інтимізуючого займенника *мій*, витоки якого сягають першозначень “викликати, благати” і.-є. коренів *\*ghedh-*, *\*gheu(e)-*, “викликати, закликати”, - коренів *\*ghauə*, *\*ghu-*, “той, кого викликають у ритуалі для здійснення чуда, дива” – і.-є. форм *\*ghu-to*, *\*ghut-* з їх семантичними переходами у значення “Вище божество” уже в п.-герм. формі *\*guthan* з подальшим звуженням його до релігійно-християнського монотеїчного значення “Бог”, розвинутого у д.-а. формі *guota* з його уточненням як “християнський Бог” в д.-а. фонеморфологічному дериваті *gōd*.

Тенденція цих рефлексів простежується у привітанні носіїв англійської мови *good-bye* (*good bye*, *good-by*), яке є стягненою формою виразу *God be with ye*, вживаного наприкінці 14 ст., у композит *god bwyе*, зафіксований у середньоанглійській перід у 1570 році. Проміжними дериватами цього

утворення у 16 ст. були такі фрази *God be wy you, God buoye, God buy* [[https://www.etymonline.com/word/good-bye#etymonline\\_v\\_9044](https://www.etymonline.com/word/good-bye#etymonline_v_9044)].

Безпосередньо етикетно-ритуалізована привітальна форма словосполучення *Good day* була зафіксована ще на поч. 12 ст. у значенні “вдалий день”, а також у значенні “щастя, удача”. Окрім зазначених семантичних рефлексів, сучасна лексема *good* пов’язана ще і з д.-а. формою *ge-sæ* у значенні “добробут, щастя”.

Синонімія фраза *haue godne day* “хорошого, вдалого дня” теж фіксується з 1200 року, яка наприкінці 14 ст. вживається як фатично-ініціальний мовленнєвий акт привітання [[https://www.etymonline.com/word/good-day?ref=etymonline\\_crossreference](https://www.etymonline.com/word/good-day?ref=etymonline_crossreference)].

В. В. Левицький зазначає, що в англійському *good-bye* у значенні “Бог з тобою”, д.-а форма *god* замінена на *good* за аналогією, як і в композитній лексемі *good-day* [Етимол. слов. с. 229].

Що стосується, наприклад, процесу термінологізації таких іменникових значень лексеми *good*, як “користь, вигода”, то вочевидь, що на їх базі розвинулося термінологічне значення у сфері економіки “товар”, яке зафіксоване в Longman Business Dictionary [див.: Longman Dictionary of Contemporary English] і яке є семантичним трансформом першозначення “власність” і.-с. кореня \**ghedh-*, п.-герм. форми \**gōda* і д.-а. лексеми *ge-sæ*.

Безумовно, ціннісна категорія “good” менталізувалася у свідомості британців як ціннісний морально-етичний концепт, крізь призму якого почали витлумачувати всі інші морально-етичні поняття. Про це йдеться у філософському словнику “Oxford Companion of Philosophy”, який абстрактно пов’язує “good” з усім тим, що уявляється як добре; передовсім як прояви моральної доброчесності на тлі іншого добра. З огляду на таку інтерпретацію, припускаємо, що абсолютне добро з урахуванням його першосмислів – це та цінність, яка повністю задовольняє потреби (вітальні, соціальні й духовні) і долю людини як “Вище благо” (*Summum bonum*) [Oxford Companion of Philosophy, p. 348-349]. Морально-етичні (з релігійним

компонентом) значення “доброти” / “милосердя” / “доброчесності” ціннісної категорії “good” представлені й у словнику “Key terms in ethics” [Key terms in ethics, p. 43].

Ці філософські й зокрема морально-етичні термінологічні ЛСВ і, насамперед, абстрактне значення “Вище благо” є результатом тривалого семантичного розвитку згаданих вище і прокоментованих першозначень індоєвропейських, прагерманських і давньоанглійських етимонів і форм.

Виходячи зі сформованої у різних лексикографічних і термінологічних джерелах іменниково-прикметникової семантичної структури слова *good* архісемою для неї є гіперонім ‘морально-духовні цінності’ з її 6 інтегральними семами. У свою чергу, інтегральна сема ‘моральні якості’ в англійському слові *good* диференціюється на дві семи: ‘гарна поведінка’ (“вихований”, “морально правильний”) і ‘позитивна якість характеру’ (“добрий”).

Третя інтегральна сема ‘насолада’ включає дві диференційні семи: ‘позитивні емоції’ (“той, хто надає задоволення”, “приємний”, “корисний”) і ‘позитивна оцінка’ (“схвалюючий, згодний”).

Четверта інтегральна сема включає не лише диференційні семи такі, як ‘знання/розум’ – для ЛСВ “вміння/здатність”, ‘авторитетний’ – для ЛСВ “поважний”, ‘фізіологічний/фізичний стан’, – для ЛСВ “корисний, здоровий, міцний / ”, а ще й 3 градуальні семи, характерні для таких ЛСВ, як “високий стандарт”, “який веде до успіху/прибутку/добробуту”, “у гарній формі”.

І якщо врахувати, що у складну комплексну структуру семантики градуальності входять 4 компоненти: 1) градуйований суб'єкт, 2) градуйований об'єкт, 3) характер градуювання (найвищий / низький ступінь), 4) підстава для градуювання (відношення до норми: норма – соціальний стандарт; вище / нижче норми – суб'єктивне вимірювальне відношення), то: для ЛСВ “високий стандарт” релевантним будет четвертий компонент, пов'язаний із проявом у цьому значенні того, що є вище за норму; для ЛСВ “який веде до успіху/прибутку/добробуту” – перший компонент дає змогу



визначити збільшення якості чогось, що сприяє очікуваному позитивному результату; і для ЛСВ “у гарній формі” – третій компонент, за допомогою якого можна визначити, що одна із основних семем цього значення відповідає градуальній семі ‘достатня оцінка чогось’, наприклад, фізіологічного і фізичного стану людини, порівняно зі значенням у “задовільній формі” чи у “відмінній формі”.

П’ята сема також має дві градуальні семи – для ЛСВ “достатній за кількістю/ступенем” і для ЛСВ “повноцінний”, які можна диференціювати за ознакою ‘оптимальний’. А в ЛСВ “дійсний, справжній”, що відображає інтегральну сему ‘достатній’, можна виділити диференційні семи ‘істинний’, ‘не підроблений’, ‘існуючий/наявний’.

Проведений семіометрично-компонентний аналіз оцінно-маркованого слова *good* зі знаком+ засвідчив, що індекс словникової фіксації архісеми ‘морально-духовна цінність’ в її тлумачних дефініціях дорівнює 22 ЛСВ; індекс словникової фіксації інтегральних сем – 6.

Зіставимо ці індекси в українській мові для визначення національної специфіки сем оцінно-маркованих слів *добрий-добро*. Оскільки в англійській мові класема *good* більшою мірою значень представлена прикметником, то і в українській мові у ролі класеми обираємо теж прикметник і доповнимо його значення ЛСВ іменника *добро*.

У “Словнику української мови в 11 т.” і в “Новому тлумачному словнику української мови” іменник *добро* має 4 основних значення з їхніми ЛСВ: 1) “усе позитивне в житті людей, що відповідає їх інтересам, бажанням, мріям”; “благо, позитив”; 2) (розм.) “про задоволення, яке хто-небудь відчуває від певного становища, певних обставин”; 3) “сукупність належних кому-небудь речей, предметів, цінностей”; “майно”; 4. (ірон.) “про щось погане, недоброякісне, незначне” та 1 значення прислівника: 5) “добром”, (розм., рідко) “без сперечань, за згодою”; “по-доброму” [СУМ, Т. 2, с. 323; Новий тлум. сл., с. 565].

У цих же лексикографічних джерелах прикметник *добрий* має 9 значень з характерними для кожного ЛСВ: 1) “який доброзичливо, приязно, чуйно ставиться до людей”; “доброзичливий”; “привітний, лагідний у взаєминах”; “добрий”; “який виражає доброту, щирість”; “сповнений ласки, приязні (про голос, усмішку, обличчя)”; епітет до слів “люди, хлопці” (найчастіше при формі звертання); 2) “для якого характерна взаємна прихильність, симпатія”; “близький”; 3) “який приносить добро, задоволення, радість”; “корисний, потрібний, в основі якого лежить бажання добра кому-небудь”; “в якому виражається прихильність, співчуття, доброзичливе, шанобливе ставлення, повага до людей”; “який подобається, схвалюється”; “вартий наслідування; який свідчить про безтурботний, веселий стан людини”; “те саме, що добро”; традиційне дружнє вітання (вранці, удень, увечері), дружнє побажання успіху, щасливої дороги (*Дай боже час добрий/у добрий час*); 4) “який має належні знання і навички для виконання чого-небудь; досвідчений”; “який користується повагою; розумно вихований, увічливий, працьовитий”; 5) “який має позитивні якості або властивості, що відповідають поставленим вимогам, задовольняють їх (про предмети, тварини, рослини)”; “вигідний, зручний для роботи, влаштування яких-небудь справ, заробітку”; 6) “значний щодо розміру, обсягу, кількості; кращий від звичайного, багатий, великий, високий; який повністю забезпечує потребу в чому-небудь”; “помітно виражений, гострий (про апетит, зір, слух)”; “дуже розвинений”; “значний щодо ступеня вияву, сили”; 7) “гідний шани, похвали”; “незаплямований”; 8) “те саме, що смачний”; 9) (розм.) “уживається для підкреслення важливості, значимості кількісного визначення міри часу, простору” [СУМ Т. 2, с. 321; Нов. тлум. сл., с. 564].

Для семантичної структури слів *добро* і *добрий* характерними є п'ять інтегральних сем:

1) сема ‘моральні якості’ представлена значеннями: “доброта”, “добрий”, “доброзичливий”, “привітний”, “щирий”, “розумно вихований”, “увічливий”, традиційне дружнє привітання (вранці, удень, увечері);

2) сема ‘духовна якість’ – значенням “благо” і побажанням успіху/щасливої дороги “*Дай Боже час добрий / у добрий час*”;

3) сема ‘певні якості’ – значеннями “корисний”, “потрібний”, “працьовитий”, “гідний шани, похвали”, “незаплямований”, “досвідчений”;

4) сема ‘насолода’ – значеннями “смачний”, “веселий”, “безтурботний”, “задоволення”;

5) сема ‘значимий у розмірі / обсягу / кількості’ – значеннями “багатий”, “великий”, “високий”.

ЛСВ “добро”, “доброта” є семантичними рефlekсами значень: “відповідати (нормам), бути гідним” і.-є корня *\*dhabh-/dhabro-*, “відповідний, підходящий”, “добрий (про людину)” – псл. форм *\*dobrъ \*dobrъ(jь)*, “добро, благо (морально-етичний зміст)” – псл. форм *\*dobro, \*dobrostъ*, “доброта, добродіє” із семантичним переходом у значення “доброта, добродіє” ст.-сл. слова *добрость*.

Значення “добрий, доброзичливий” розвинулися в результаті переходу ЛСВ “людина, яка робить добре”, реконструйованого для і.-є. корня *\*dhabh*, псл. *\*dobrъ*, збереженого значення “добрий”, зафіксованого у псл. словах *\*dobrodějъ \*dobrotьnъ(jь)* і ст.-сл. *добротьныи*.

ЛСВ “благо” з ознакою духовна якість сягає першозначень “добро, благо”, реконструйованих для і.-є. корня *\*dhabh-/dhabro*, псл. – *\*dobrъ, \*dobro, \*dobrina*, які вже тоді мали морально-етичний зміст. Також припускаємо його можливий семантичний перехід від і.-є. корня *\*bhag-* із значенням “процвітання”, псл. *\*bogatyъ* “багатий”, “той, що знаходиться під захистом і опікою богів” (не в матеріальному плані, а в духовному) і, відповідно, отримує блага, та “той, до якого звертаються з проханнями про допомогу” – ст.-сл. *Богъ* “одна з Вищих неземних сутностей”.

ЛСВ, що зберігає етикетно-ритуальну фатичну семантику побажання “щасливої дороги й успіху” сягає першозначень і.-є. корня *\*dhabh-/ dhābh* і псл. форм *\*dobrъ(jь) / \*dobrъ*, а також безпосередньо і.-є. корня *\*bhag-* зі

значенням “удача ” та реконструйованого від нього псл. етимона *\*bogъ* “Бог”.

Семантичними трансформами першозначень “відповідний, підходящий, корисний” і.-є. коренів *\*dhabh-/ dhābh* та їх псл. деривата *\*dobrъ* є сучасні ЛСВ, які містять ознаку певної якості: “корисний”, “потрібний”, “гідний шани і похвали”, “працьовитий”. Значення “корисний” є семантичним переходом значень “користь”, “гідний шани, похвали”, “працьовитий”, реконструйованих для псл. етимона *\*dobrina* – деривата від псл. форм *\*dobrъ(jь)*, *\*dobrotъ(jь)* зі значенням “вправний”. Синонімічними рефlekсами цих значень є ті, що зафіксовані й для п.-герм. слова *\*gōda* і псл. – *\*godъ*.

ЛСВ “задоволення”, “смачний”, “веселий”, “безтурботний”, які містять ознаку насолоди є семантичними зсувами значення “бадьорий” і.-є коренів *\*dhabh-/ dhābh / dhabro* та збереженого рефlekса “смачний” псл. слів *\*dobrъ*, *\*dobrъ(jь)*.

ЛСВ “великий”, “високий”, що мають ознаку значимості у розмірі / обсягу / кількості, походять від зазначених вище і.-є. *\*d*-коренів та псл. основи *\*dobrъ(jь)* зі значенням “неабияких розмірів, великий”.

Припускаємо, що значення “багатий” з тією ж самою семою містить і.-є. корінь *\*bhag-* “процвітання” і реконструюється у псл. формі *\*bogatъ* “багатий (той, що знаходиться під захистом і опікою богів)”, актуалізуючись у сучасному витлумаченні як “багатий духовно” і, відповідно, трансформуючись в морально-етичну сферу його вжитку.

Для перевірки цього припущення звертаємось до “Словника з етики”, в якому поняття “добро” тісно пов’язане з поняттям “мораль” і визначається як одна з найбільш загальних імперативно-ціннісно-оцінних категорій етики” [Словник з етики, с. 75]. В іншому словнику під ним розуміють “позитивне значення чого-небудь в його відношенні до певного стандарту, а також сам цей стандарт” [Енциклоп. сл., с. 113].

Залежно від прийнятого стандарту “добро” в історії філософії і культури трактується як задоволення (гедонізм), користь (утилітаризм), щастя (евдемонізм), яке відповідає обставинам (прагматизм), іншими словами як те, що відповідає безпосереднім життєвим потребам, інтересам й очікуванням людини – індивіда або члена суспільства [Енциклопед. сл., с. 113].

Виходячи з проаналізованих рефлексів першозначень, “історично перші уявлення про добро містили ідею *цінного*, значимого, корисного загалом, що відображало синкретичність способу життя і свідомості людини в первісному суспільстві. У цьому смислі поняття “добро” збігалось з розумінням блага, яке закріпилося і в сучасній свідомості. Добро виявляється у вчинках (добročинність), в особистісних моральних якостях (добročесність)” [Словник з етики, с. 75-76].

Добročинна/благодійна поведінка є проявом доброзичливості, безкорисливості, щедрості, розуміння і співчуття до іншої людини [Словник з етики, стор. 33]. Особливо з-поміж цих чеснот виділяється справедливість [Словник з етики, с. 78] та позитивні обов’язки людини перед суспільством, перед іншими людьми та перед собою [Словник з етики, с. 76].

Для 14 значень та їх 26 ЛСВ семантичної структури слів *добрий-добро* з архісеєю ‘морально-духовна **цінність**’ і з трьома класемами – прикметником, іменником і прислівником, характерними є 5 інтегральних сем:

1) сема ‘моральні якості’ представлена значеннями: “доброзичливий”, “привітний, лагідний у взаєминах, прихильний сповнений ласки, приязні”, “розумно вихований, увічливий”, “добрий, щирий”, “виховувати кого-небудь на основі законів справедливості”; “уживається при формі звертання”, “вітання при зустрічі вранці (удень, увечері)”;

2) сема ‘духовно-релігійна віра’ представлена значеннями “благо” і “ритуальні форми благоповажання”;

3) сема 'насолада' представлена такими значеннями: "який приносить задоволення, радість", "корисний/користь", "безтурботний, веселий стан людини";

4) сема 'той, хто має необхідні якості' представлена значеннями "який має позитивні якості або властивості, що відповідають поставленим вимогам", "досвідчений у знаннях", "працьовитий", "дуже розвинений", "вартий наслідування, гідний шани, похвали, незаплямований", "близький";

5) сема 'достатній і занадто достатній' представлена значеннями "значний щодо розміру, обсягу, кількості"; "кращий від звичайного, багатий, великий, високий"; "достатній"; "помітно виражений, гострий (про апетит, зір, слух)", "матеріальні статки, цінності";

Як показує компонентний аналіз, в інтегральних семах, зафіксованих для дефініцій слів *добрий-добро*, виділяються диференційні й градуальні семи.

У першій інтегральній семі 'моральні якості' в українській мові наявні дві диференційні семи: 'кооперативність' і 'позитивні риси характеру', як і в англійській мові. Проте, диференційна сема 'кооперативність' дала змогу вже попередньо визначити національно-специфічні відмінності української лінгвокультури в тому, що слово *добрий* в його відповідній граматичній формі семантично трансформується у знак дискурсивної практики "звертання до співрозмовника".

Друга сема має дві диференційні ознаки: 'творити благо' й 'бажати благополуччя'.

Третя інтегральна сема 'насолада' включає дві диференційні семи: 'позитивні емоції' і 'позитивний результат'.

Четверта інтегральна сема включає не тільки чотири диференційні семи, зокрема, семи 'досвід', 'авторитет/визнання, шана', 'риса характеру', 'стосунки між людьми', а й 2 градуальні семи.

П'ята сема диференціюється на одну ознаку, пов'язану із 'матеріальними статками' і на три градуальні ознаки, які виділено шляхом

наявності в ЛСВ таких градуальних маркерів, як ‘значний’, ‘кращий’, ‘помітно виражений’.

Виявлено також потенційну сему ‘відсутність якостей’, яка свідчить про можливість переміщення іменника *добро* зі шкали позитивно-оцінної маркованості до полюсу негативної оцінки, вираженої в його значенні “щось погане, неякісне, незначне”.

Проведений семіометрично-компонентний аналіз оцінно-маркованих слів *добрий-добро* у сучасних тлумачних словниках української мови дає підстави для таких попередніх узагальнень: індекс словникової фіксації архісеми ‘морально-духовна і матеріальна цінність’ у дефініціях досліджуваних слів дорівнює 14; індекс словникової фіксації інтегральних сем – 5; індекс фіксації диференційних сем – 11, а градуальних – 5.

Зіставляючи результати застосування зіставно-параметричного методу до аналізу сучасної семантичної структури слів *good* і *добрий-добро*, констатуємо, що на рівні класеми простежуються національно-специфічні істотні відмінності в граматичній формі слів *good* / *добрий-добро*. В англійській мові як іменник, так і прикметник мають однакову граматичну форму, а в українській – різні форми. Що стосується архісеми, то вона є універсальною, тоді як на рівні семіометрії інтегральних сем є підстави говорити також про окремі відмінності в якісному плані. В українській мові зафіксовано ще потенційну сему ‘відсутність позитивних якостей’, де позитивний оцінний маркер іменника *добро* змінив свій полюс на негативну оцінку, що не фіксується в дефініціях слова *good*. Це пояснюється збереженням в українській мовній свідомості реліктів первісних уявлень про добро, де один індоєвропейський корінь із семантикою добра був синкретою і мав здатність виражати бінарну символіку. Істотні відмінності спостерігаємо і на рівні диференційної семи ‘кооперативність’, де слово *добрий* набуває і форму, і семантику звертання до співрозмовника, що також не фіксується в англійській мові, в якій збереглася форма вигуку – звертання

до Бога. З приводу градуальних сем, то вони більш актуалізовані в українській мові і більш латентні – в англійській.

3.3.3 Сучасна етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів BEAUTY / КРАСА. Семантична структура лексеми *beauty* вимірювалася шляхом компонентного і дефінітивного аналізу її значень у сучасних лексикографічних джерелах “Longman Dictionary of Contemporary English”, “Oxford Advanced Learner’s Dictionary”, які свідчать про їхні тісні зв’язки із першозначеннями і.-с. і п.-герм. \*d- \*t- \*w- коренів, хоча зовнішня форма імені досліджуваного аксіоконцепту є запозиченням з латинської мови. Але семантична адаптація цієї лексеми на ґрунті британської ментальності сформувала її семантичну структуру, відмінну від тієї семантики, з якою це слово потрапило в англійську мову в середній період її розвитку.

У результаті проведеного дефінітивного аналізу виявлено 9 значень досліджуваного слова у вказаних джерелах та ще в інших словниках, названих нижче:

1. Перше значення ЛСВ лексеми *beauty* [uncountable] “a quality that people, places, or things have that makes them very attractive to look at” має такі 2 ЛСВ: 1) якість людини, що робить її привабливою і 2) якість місця або речі, що робить їх дуже привабливими. Тимчасом у словнику “Oxford Advanced Learner’s Dictionary” виділено ще 1 ЛСВ “якість у розумінні привабливості стосується не лише органів чуттів, а й розуму” “the quality of being pleasing to the senses or to the mind”. Зокрема, у цих словникових статтях актуалізуються 2 диференційні семи: 1) ‘привабливість як одна з зовнішніх якостей’ і 2) ‘привабливість розумова’.

2. Друге значення “a woman who is very beautiful” містить градуальну сему ‘дуже, надзвичайно’, яка, звісно, пов’язана із красою жінки, і включає такі ЛСВ, як “attractive appearance”, “female beauty”, “well-formed girl or



woman”, що дають підстави виділити диференційну сему ‘надзвичайно гарна зовнішність жінки’.

3. Третє значення “a quality that something such as a poem, song, emotion etc has that gives you pleasure or joy” (якість, притаманна віршам, пісням, емоціям, яка приносить задоволення і радість) диференційоване на основі наявності в ньому 3-х сем, які пов’язані з різними сферами вияву краси: 1) гедоністичної, про що свідчить сема ‘задоволення’, емоційно-чуттєвої – сема ‘радість’ та естетичної – сема ‘прекрасне’.

4. Четверте ЛСВ the beauty of something “a particular good quality that makes something especially suitable or useful”, “a pleasing feature” (певна хороша якість, яка робить щось особливо придатним або корисним; приємна особливість) включає 2 диференційні семи: 1) з актуалізацією утилітарної семантики – сема ‘корисне’ і 2) чуттєво-емоційної – сема ‘насолада’.

5. П’яте значення є розмовним варіантом з яскраво вираженою диференційно-градуальною семою ‘найкращий приклад’: “a very good, large etc example of something” (дуже гарний приклад чогось).

6. Шосте значення beauty is in the eye of the beholder “used to say that different people have different opinions about what is beautiful” (люди мають різні думки про те, що для них є красивим) містить диференційну сему ‘індивідуальне ставлення до краси’.

7. Сьоме значення “beauty is only skin-deep used to say that how someone looks is not important as a good character” (не так важлива зовнішність, як гарний характер, або зовнішність оманлива, краса не вічна) є фразеологізовано-образним компонентом загального значення краси з актуалізацією потенційної семи ‘оманлива зовнішність краси’, ‘внутрішня краса’.

8. Ще один сучасний словник англійської мови “Cambridge dictionary of English Language” фіксує восьме значення реєстрового слова *beauty* “the business of making people look attractive, using make-up, treatments, etc.”, яке є спеціальним значенням із його семантичним переходом в термінологічну

сферу косметології (комерційна діяльність, яка націлена на те, щоб зробити людей привабливими, використовуючи макіяж та інші процедури). Тут з'являється нова диференційна сема 'зовнішня штучна краса' [<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/beauty>].

Перекладний English-Russian Cambridge dictionary також додає значення "a product or treatment to make you more beautiful" (продукція або догляд з метою зробити людину більш привабливою) з диференційною семою 'косметичний засіб для створення привабливості/краси' [<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/beauty>].

9. В Collins English Dictionary представлено застаріле значення "light-hearted and affectionate term of address" (невимушена апелятивна форма звертання до жінки) з актуалізацією потенційної семи 'красуня'.

Проаналізовані значення, їхні ЛСВ, диференційні й потенційні семи об'єднано у 5 інтегральних сем:

- 1) сема 'привабливі зовнішні якості'
- 2) сема 'привабливі внутрішні якості'
- 3) сема 'привабливі розумові якості'
- 4) сема 'привабливі штучні якості'
- 5) сема 'ставлення до привабливості'.

Значення лексеми *beauty* "краса", "прекрасне", "красуня", "красивий", "зовнішність" з актуалізацією смислової ознаки впливу на органи чуття ("щось привабливе") словник Online Etymology Dictionary датує початком 14 століття, зокрема зовнішньої/фізичної привабливості, та смислової ознаки оцінки з підкресленням зовнішньої привабливості когось, які, ймовірно, є результатом трансформації значень "милий, красивий, чарівний" латинського прикметника *bellus* (слова, що вживалося для характеристики жінок, дітей та іронічно, глузливо по відношенню до чоловіків), який є дериватом до слова *bonus*, похідного з д. лат. форми *duenos* "гарний", "милий", "привабливий" та його д.-а. трансформи *æl-tæwe* "здоровий, міцний, гарний", що сягає і.-є.

кореня *\*deu-2* та пов'язаних з ним фонеморфологічних і семантичних етимонів: *\*däu-/\*dau-/\*du*, *\*dei-1/\*dei-8/ \*dl-/\*diä*.

Сема 'найкращий приклад' як компонент абстрактного значення "привабливість" лексеми *beauty*, ймовірно, є семантичним переходом значення "благословенний, удачливий" латинського слова *beatus*, яке є одним із дериватів п.-герм. кореня *\*taujan* "бути могутнім", а це, у свою чергу, – похідним від і.-є. кореня *\*deu-2* "могутній, потужний" (припускаємо, що значення "могутній" вживалося у розумінні "мати певні переваги").

Сема 'привабливі зовнішні якості', ймовірно, є результатом трансформації значень "виблискувати, сяяти" і.-є. d-коренів у розумінні "випромінювати світло, тепло, красу через вираз обличчя і зовнішності в цілому". Також припускаємо, що ця інтегральна сема є семантичним переходом значення "денне сяюче небо", "небесний" і.-є. кореня *\*deiwo-* у розумінні "чиста, незвичайна, чарівна, можливо, навіть божественна краса / привабливість" та їх рефlekсами у д.-а. слові *wlite* "краса, зовнішність, образ, форма".

Сема 'привабливість розумова' є семантичним розвитком значення "бути могутнім" у плані "розумових здібностей людини, яке реконструюється в п.-герм. *\*taujan*.

Сема 'привабливі внутрішні якості' є семантичною трансформацією першозначень "демонструвати підтримку, поважати", "вклонятися, шанувати" і.-є. коренів *\*deu-2* (*dou-*, *du-*), *\*deu-* /*dou-*, *\*dw-en-elo*, а також першозначення "виблискувати, сяяти" і.-є. коренів *\*däu-/\*dau-/\*du*, *\*dei-1/\*dei-8/\*dl-/\*diä* у сьоме сучасне значення "не так важлива зовнішність людини, як важливим є гарний характер". Тут семантичний зсув відбувся шляхом фразеологізації, де образно переосмислено такі гарні якості людини, як вияв поваги, шани та перехід цих якостей у категорію емоційно-оцінного стану відчуття задоволення, яке, звісно, виражається через зовнішні привабливі ознаки, зокрема, "сяння" від цих внутрішніх почуттів.

Сема 'привабливі штучні зовнішні якості', сформована на основі сучасних значень "комерційна діяльність, яка націлена на те, щоб зробити людей привабливими, використовуючи макіяж та інші процедури", "продукція або догляд з метою зробити людину більш привабливою", ймовірно, є семантичним переходом значення "чари, чаклунство, тобто магічних властивостей певних предметів, людей і явищ, що надають іншій людині особливо привабливих ознак", зафіксованого у п.-герм. формі \**tauBr*. Звісно, що тут відбувається семантичний зсув у термінологічну сферу, зокрема косметології.

Що ж стосується розвитку інших термінологічних значень у семантичній структурі імені концепту BEAUTY, то у словнику "Cambridge Dictionary of Philosophy" *beauty* інтерпретують як естетичну властивість і як вид естетичної цінності.

З проведених спостережень стає зрозуміло, що набуття статусу естетичної категорії у поняття краси відбувалося поступово, витoki якої сягають праонтології, відображеної у першозначеннях і.-є. \*d-коренів, пов'язаних із первісними усвідомленнями поняття якості (як категорії), властивої небесній красі у вигляді небесного сяяння, яскравого різнобарвного світіння, виблискування, що були привабливими, а, головне, приємними для споглядання, які викликали почуття насолоди.

Саме ці першосмисли стали джерелом для категоризації якості краси і водночас прекрасного в естетиці. У згаданому словнику красу пов'язують 1) із абстрактною якістю, яка не може бути визначена в термінах будь-яких інших властивостей; 2) з властивістю об'єкта, що справляє приємне враження у реципієнта; 3) з тим, що це приємне враження може варіюватися від індивідуума до індивідуума. Якщо краса – це абстрактна властивість, то тоді вона повинна сприйматися або інтуїтивно, або через таку сферу чуття, як смак. Найбільшою мірою в останньому тлумаченні вона є категорією естетики [The Cambridge Dictionary of Philosophy/R.Audi, p. 75-76].

Термінологізація сучасного значення “зовнішня привабливість жінки” у сфері косметології відбулася на базі семантичного переходу абстрактного першозначення “природної краси (зокрема небесної)” у конкретне спеціальне значення “штучно створеної зовнішньої краси”.

Семантична структура лексеми *beauty* складається з 15-и диференційних сем, 2-х потенційних сем, 5-х інтегральних, 3-х градуальних та 4-х термінологічних сем.

Відповідно до семасіологічної методичної процедури, яка передбачає виконання операцій, пов’язаних зі структурним методом, зокрема дефінітивного і компонентного аналізу, залучаємо до етносеміотричного вимірювання сучасної семантики лексеми *краса* два академічних видання: Словник української мови в 11 т. та Новий тлумачний словник української мови. В обидвох джерелах лексема *краса* має 4 основні значення з їхніми ЛСВ: 1) “властивість, якість гарного, прекрасного”; “врода, вродливість”; 2) “оздоба, прикраса кого-, чого-небудь”; “слава”; 3) “гарна, приваблива зовнішність”; “врода”; 4) заст. “красуня” [СУМ, с. 326; НТСУМ, с. 915].

Перше значення окрім ЛСВ “якість гарного” містить ще градуальну сему ‘прекрасне’, проте окремої словникової статті у СУМ в 11 т. на цей прикметник (у найвищому ступені порівняння) немає, але наявні словникові статті на інші ЛСВ, як-от: *красивість* з властивостями значення поняття “красивий” [СУМ, Т. 4, с. 326] та *врода*. У Словнику української мови, за редакцією Б. Грінченка, представлена словникова стаття з реєстровим словом *крас*, яке розглядають як один із синонімів до лексеми *краса* [СУМ, Т. 2, с. 300].

Лексема *красивість* має таке ж значення, як і прикметник *красивий* “те, що має приємний зовнішній вигляд, відзначається гармонією барв, ліній і т. ін.”, тобто є синонімом до слова *гарний* і дериватом до іменника *красиве* [СУМ, Т. 4, с. 325]. У свою чергу, лексема *гарний* представлена 6 значеннями з характерними для них ЛСВ: 1) “приємний зовнішнім виглядом”; “який відзначається гармонією барв, ліній і т. ін.”; “який має привабливу

зовнішність, привабливі риси обличчя”; “приємний для слуху”; “милозвучний”; “блискучий, ефектний”; 2) “який має позитивні якості або властивості, цілком відповідає вимогам, заслуговує на схвалення”; “який сприяє успіхові, пов’язаний з ним”; “вдалий”; “про погоду, клімат і т. ін.”; “про душевний стан”; 3) *у знач. ім.* “гárне, те, що має позитивні якості, властивості, заслуговує на схвалення”; 4) “позитивні моральні якості (про людину)”; “який має досвід, знає свою справу”; “людина зразкової поведінки”; 5) *розм.* “значний за кількістю або розміром”; *фам.* “сильний, значний”; 6) *розм.* “уживається для вираження іронічного ставлення до кого-, чого-небудь, зневажливої оцінки кого-, чого-небудь” [СУМ, Т. 2, с. 34].

Семантична структура лексеми *краса* включає 4 значення лексеми *врода*: 1) “сукупність уроджених фізичних рис людини”; “зовнішній вигляд”; 2) “сукупність зовнішніх рис, фізичних якостей людини, які справляють приємне враження”; “краса, вродливість”; 3) *перен., розм.* “красива, вродлива людина”; 4. *перен., заст.* “сукупність природних явищ, які милують зір”; “гарні краєвиди” [СУМ, Т. 1., с. 759], яка, з одного боку, є його синонімом, а з іншого, результатом полісемії, тобто одним із ЛСВ її 1 і 3 значень (див. вище).

Проаналізовані значення, ЛСВ та диференційні семи лексем *краса*, *красивість*, *гарний* і *врода* об’єднано у 7 інтегральних сем:

- 1) сема ‘привабливі зовнішні якості людини’
- 2) сема ‘привабливі зовнішні якості природи’
- 3) сема ‘слухова привабливість’
- 4) сема ‘привабливість суспільного визнання’
- 5) сема ‘привабливі моральні якості’
- 6) сема ‘привабливі якості зовнішнього світу з точки зору числа/розміру’
- 7) сема ‘ставлення до привабливості’.

ЛСВ “врода”, “вродливість”, “приваблива зовнішність”, “красуня” об’єднані інтегральною семою ‘зовнішня привабливість’, яка є семантичним

переходом значень “колір життя”, “червоний колір, рум’янець обличчя” ст.-сл. слова *krasa*, похідного від псл. *\*krasa*, яке є семантичним рефлексом значень “творити”, “тіло” і.-є. коренів *\*krot-s*, *\*kross*, *\*krass* та їх семантичних дериватів “творіння”, “вид, зовнішній вигляд, обличчя” псл. кореня *\*tvorъ*, “творіння, створіння”, псл. форми *\*tvarъ*, що є спорідненими з псл. формами *\*verti* / *\*tvъrti* “надавати форму”.

Сема ‘привабливі моральні якості’ є результатом семантичного зсуву значення “вклонятися, шанувати” і.-є. кореня *\*deu-2* в його переосмисленому розумінні як “відчуття шани і захоплення моральними якостями, нормами і принципами поведінки людини”. Значення “норми і принципи”, яких дотримується людина у своїй поведінці і, як наслідок, набуває високого стандарту моральних якостей, а також ЛСВ 4 значення “людина зразкової поведінки” лексеми *гарний* є семантичними переходами денотативного першозначення “надавати форму певному предмету” псл. кореня *\*verti* / *\*tvъrti*, генетичного деривата і.-є етимонів *\*tuer-/\*tuor-/\*tuer-* зі значенням “огороджувати”, похідних дериватів і.-є. кореня *\*del-3*.

Інтегральна сема ‘привабливість суспільного визнання’ є семантичним переходом першозначень “творити”, “слава”, реконструйованих в і.-є. етимонах *\*krot-s*, *\*kross*, *\*krass* та їх генетичних дериватах псл. форми *\*kresati* “створювати, творити”, в 2-х ЛСВ 2 сучасного значення лексеми *гарний*: 1) “який має позитивні якості або властивості, цілком відповідає вимогам, заслуговує на схвалення”; 2) “який сприяє успіхові, пов’язаний з ним”. Абстрактне першозначення “творити”, витлумачене у сучасних словниках як “займатися діяльністю”, “здійснювати певну роботу”, “бути причиною виникнення чогось, що має позитивні, яскраві результати і сприятливі наслідки, а також націлено на досягнення відповідних цілей”, конкретизується також у 2 значенні в ЛСВ “слава” лексеми *krasa* й актуалізує соціальний компонент в її семантичній структурі.

Сема ‘привабливі зовнішні якості природи’, набута на базі 2 значення ЛСВ “про погоду, клімат” лексеми *гарний*, є семантичним переходом

першозначень “цвітіння”, “колір життя”, реконструйованих у псл. формі \**krasa*.

Проаналізована сучасна семантична структура імені концепту КРАСА цілком відображає категорійний статус поняття краси в естетиці, яке формувалося переважно на базі її градуальної семи ‘прекрасне’. У “Новій філософській енциклопедії” тлумачення “краси” відбувається через категорію “прекрасного”, зокрема наголошується на тому, що в імпліцитній естетиці терміни “прекрасне” і “краса” вживались у контексті космології, метафізики, богослов’я майже як синоніми, хоча перший частіше використовувався для широкої оцінної параметризації, а другий – для позначення досконалості універсуму і його окремих складників, тобто мав праонтологічний характер.

Категорія “прекрасне” “виражає одну з основних і найпоширеніших форм неутилітарних суб’єктно-об’єктних відношень, пов’язаних з естетичною насолодою, досконалістю, оптимальністю духовно-матеріального буття, ідеалами, стилем і т.д. Поряд з “благом” та “істиною” “прекрасне” є одним із найдавніших понять культури, богослов’я та філософської думки”

[<https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASHad66b8624897af21e87aad>].

В естетиці існують когнітивні моделі уявлення про те, що є прекрасним, наприклад, “прекрасне розуміють як печатку або втілення Бога (абсолютної ідеї) у конкретних речах чи явищах”, “розуміння людини як початку, джерела прекрасного, яка наділяє естетично нейтральну дійсність багатством свого духовного світу” [Естетика: навч.посібник, с. 74]. Ця категорія естетики має конкретно історичний характер, залежить від конкретних соціальних умов життя особистості або соціальної групи, визначається особливостями національної культури, а також рівнем індивідуальної чи особистісної культури. “У людини “прекрасне” можна оцінити через її зовнішній вигляд, поведінку, внутрішній світ, результати її



діяльності” [Естетика, с. 75]. Ще один словник з етики визначає естетичні властивості категорії “прекрасного” як гармонійність і досконалість [Краткий словарь по эстетике: <http://esthetiks.ru/krasota.html>].

Припускаємо, що в естетиці термінологізувались першозначення та їх подальші сучасні ЛСВ “гармонійність”, “досконалість”, “впорядкованість” щодо форми, змісту, зовнішнього вигляду людини або твору мистецтва. Ці термінологічні значення є семантичними переходами і.-є. значення “форма”, реконструйованого у кореня *\*del-3*, псл. значення “вид, зовнішній вигляд” слова *\*tvorь*. Імовірними є семантичні рефлекси і.-є. кореня *\*deu-2* “вклонятися, шанувати (священнодіяти)”, які термінологізувались в естетиці у розуміння краси як “печатки або втілення Бога (абсолютної ідеї) у конкретних речах чи явищах”.

Естетична термінологізація краси у “розумінні людини як начала, джерела прекрасного” теж є семантичним переходом першозначень “творити”, “тіло” і.-є. коренів *\*krot-s*, *\*kross*, *\*krass* та псл. значень “творіння”, “вид, зовнішній вигляд”, реконструйованих у слів *\*kresati* та *\*tvorь* /*\*tvarь* з їх сучасними рефлексами.

3.3.4 Сучасна етносеміометрія семантичних структур імен матричних аксіоконцептів **BENEFIT / КОРИСТЬ**. Виходячи з ключових положень утилітаризму, припускаємо, що онтологічне ядро матричного концепту **КОРИСТЬ** складалося на базі основного першозначення “задоволення” як результату максимальних благ людини і соціуму у двох його еквіполентних проявах: 1) як благотворне/доброчинне – нематеріальне, умовно внутрішнє 2) вигідне/сприятливе у практичному плані, матеріальне, умовно зовнішнє. Обидві диференційні семи ‘благотворне’ і ‘вигідне’ тут є взаємозумовленими, а не бінарними.

Проаналізуємо, як відображені ці семи у сучасній семантичній структурі лексеми *benefit* і в яких зв’язках з іншими семами та ЛСВ вони представлені в тлумачних словниках англійської мови: “Longman Dictionary

of Contemporary English”, “Collins English Dictionary”, Cambridge Essential British English Dictionary.

У результаті роботи над словниковими статтями виявлено 7 значень досліджуваної лексеми:

1. Перше значення “advantage [countable, uncountable] an advantage, improvement, or help that you get from something” (перевага, покращення або допомога, яку Ви отримуєте від чогось) містить 1 ЛСВ “зиск, що можна отримати”, диференційований у 3-х семах: ‘перевага’, ‘покращення’, ‘допомога’.

2. Друге значення “money from government [countable, uncountable] money provided by the government to people who are sick, unemployed, or have little money” (гроші, що надаються державою хворим, безробітним або малозабезпеченим людям) з ЛСВ “матеріальна / грошова допомога незахищеним верствам населення” включає диференційну сему ‘допомога нужденним’.

3. Третє значення “extra things [countable usually plural] extra money or other advantages that you get as part of your job or from insurance that you have” (додаткові гроші або інші переваги, які ви отримуєте за місцем своєї роботи або від страхування) містить 2 ЛСВ: 1) “додаткові фінанси, які можна отримати за місцем роботи” та 2) “страхова допомога” з двома диференційними семами: 1) ‘фінансова перевага’, 2) ‘страхова допомога’.

4. Четвертє значення “give somebody the benefit of the doubt “to accept what someone tells you, even though you think they may be wrong or lying but you cannot be sure” (прийняти сказане, навіть якщо здається, що це може бути неправдою, брехнею, але в цьому немає впевненості) має ЛСВ “виправдання за відсутністю достатніх доказів” і 1 диференційну сему ‘приймати на віру’.

5. П’яте значення with the benefit of hindsight / experience “used to say it is easier to know the right thing to do after something has happened or if you have a lot of experience” (краще знати, як слід діяти після того, як щось сталося,

або коли є великий досвід) є образним висловом (фраз.) “судження заднім числом” з потенційною семою ‘перевага знань / досвіду’.

6. Шосте значення *benefit concert / performance / match* “a concert, performance etc arranged to make money for charity” (концерт, спектакль і т. д., який проводиться з метою збору грошей на благодійність) містить ЛСВ “збір грошей на благодійність” і включає 1 диференційну сему ‘благодійність’.

7. Сьоме значення у словниках Random House Webster’s unabridged dictionary та Webster’s Third New International Dictionary of the English Language є архаїчним “an act of kindness; good deed; benefaction” (доброта; добра справа; благодіяння/милість) і складається з 3 ЛСВ: 1) “доброта”, 2) “корисна справа”, 3) “благодійність”, які диференціюються 2 семами: ‘милосердя’ і ‘доброчинність’ [WAD, p. 194, WTNID, p. 204].

Проаналізовані значення лексеми *benefit*, її ЛСВ та семи об’єднані в такі інтегральні семи:

- 1) сема ‘милосердя’;
- 2) сема ‘позитивні наслідки’;
- 3) сема ‘мати переваги’;
- 4) сема ‘благодійність’.

Сема ‘милосердя’, ймовірно, є результатом семантичної трансформації абстрактних синкретичних значень і.-є. коренів *\*dhe-*, *\*deu-2* “робити”, “виконувати” у розумінні “займатися діяльністю для забезпечення певних потреб” і кореня *\*dwenelo-* “демонструвати підтримку, поважати”, а також розвинутих у подальшому на їх ґрунті конкретних значень латинських форм *benefactum* “добрий вчинок”, “благодійність”, *benefacere* “благодійність”.

Сема ‘позитивні наслідки’ є семантичним переходом значень “могутній” у плані “впливу, влади, можливостей для того, щоб зробити кращим, досконалішим” і.-є. коренів *\*deu-2/dou-/du-* та їхніх семантичних зв’язків, збережених у латинському дієслові *beare* “збагачувати, робити щасливим”.

Сема ‘мати переваги’ є семантичним переходом знову ж таки абстрактних синкретичних значень “робити, виконувати” і.-с. коренів *\*dhe*, *\*deu-2* у розумінні “оволодіння практичним досвідом у процесі виконання певних дій, що в подальшому надає переваги і користь”.

Сема ‘благодійність’ також походить від зазначених вище d-коренів, яка у семантичній структурі досліджуваної лексеми актуалізувалася в XVII ст. на ґрунті набутого значення “публічний виступ або розважальний захід для збору грошей для нужденних або на благодійну справу”.

Згодом семантична структура лексеми *benefit* розширилася за рахунок термінологічних значень. У діловому термінологічному словнику Longman Business English Dictionary подано такі значення: 1) “перевага, яку має конкретний продукт або послуга”; 2) “кошти, надані державою незахищеним верствам населення або тим, хто має низький дохід” [Longman Business English Dictionary, p. 38]. В електронній версії Longman Business English Dictionary наявні ще два значення: 3) “гроші, які виплачуються за певними страховими полісами, особливо з медичного страхування”; 4) додаткові до заробітної плати гроші, які роботодавець надає працівникам з метою підтримки і заохочення” [<https://www.ldoceonline.com/dictionary/benefit>].

Значення “фінансова підтримка держави” і особливо “допомога на медичні витрати”, на які людина має право через своє працевлаштування, розвинулись у XIX ст. [<https://www.etymonline.com/word/benefit>] і є семантичними переходами першої інтегральної семи, виділеної на базі уже прокоментованих вище значень “демонструвати підтримку, поважати” і.-с. d-коренів, передовсім, кореня *\*dwenelo* та його латинських похідних *benefactum*, *benefacere* “добрий вчинок”, “благодійність”.

У цих семантичних переходах спостерігаємо актуалізацію вже не суто морального компонента як першозначень, так і їхніх сучасних рефлексів, а соціального. Така радіальна полісемія демонструє перехресні зв’язки між духовними і соціальними цінностями, збереженими у свідомості сучасних

британців від своїх предків і розвинутими під впливом домінування гуманізму і турботи про людей у сучасній Британії.

Окрім цих полісемічних трансформацій у Тлумачному англо-українському словнику економічних термінів вже знаходимо і 4 значення з експліцитно вираженою утилітарною оцінкою: 1) “прибуток”, 2) “користь”, 3) “зиск”, 5) “перевага”, але зі стійким збереженням морально-етичного (духовного) і соціального компонентів від ціннісних першозначень і загальноновживаних сучасних значень, як-от: 4) “благо”, 6) “пільга”, 7) бенефіс [стор. 12]. Останнє виникло як результат семантичного переходу значення “публічний виступ або розважальний захід для збору грошей для нужденних або на благодійну справу” (див. вище сему ‘благодійність’).

Термінологізація значень у лексеми *benefit* відбулася і в юридичній сфері. Електронний словник “Merriam-Webster dictionary” подає такі правові її дефініції: 1) “підвищення вартості власності, користування об’єктами або збільшення загального добробуту, що виникає в результаті суспільного добробуту”; 2) “вигода від суспільного добробуту, яка безпосередньо підвищує цінність конкретної власності”; 3) “у цивільному праві штату Луїзіана – це право, яке служить для обмеження відповідальності людини (в українській термінології цивільного та цивільно-процесуального права термін “непідсудність” – Н.С.) [<https://www.merriam-webster.com/dictionary/benefit#legalDictionary>].

Звісно, що ця семантика лексеми *benefit* в економічній та правовій термінології розвинулася на ґрунті семи ‘позитивні наслідки’ (див. вище), але зі значним зсувом ціннісного компонента значення: від суто морального (духовних цінностей) через набуття соціально-орієнтованого значення до значення, пов’язаного з матеріальним добробутом”. Такі переходи пояснюємо через широку абстрактність першозначень “робити”, “виконувати і.-є. коренів \**dhe-*, \**deu-*2, в якій світоглядно ще в ті далекі часи у свідомості індоєвропейців було закладено розуміння поняття “діяльності” загалом як позитивного фактора і водночас мотиватора для отримання вигоди як

духовної, так і матеріальної, а відтак, задоволення і насолоди (ці відчуття Ш. Шварц відніс у мотиваційному континуумі до гедоністичних цінностей).

Зіставимо ці попередні спостереження з семантичними лініями розвитку сучасної семантики лексеми *користь* в українській мові. Словник української мови та Новий тлумачний словник української мови надають такі її значення: 1) “добрі наслідки для кого-, чого-небудь”; “протилежне шкода”; 2) “матеріальна вигода для кого-небудь”; “прибуток”; “хосен”, “пожиток”, “зиск” [СУМ, т. 4, с. 290; НТСУМ, т. 1, с. 894]. У Словнику української мови за редакцією Б. Грінченка зафіксовано ще одне значення “добича” [Грінченко, т. 2. с. 283].

У “Практичному словнику синонімів української мови” С. Караванського зафіксовано найближчий синонім до лексеми *користь* – *вигода* зі значеннями: 1) “те, що нам на руку, що дає добрі наслідки в чому-небудь, 2) “якийсь прибуток, зиск, вигаш, бариш, пожиток” [НТСУМ, т. 1, с. 200; СУМ, т. 1., с. 375], а також в синонімічному ряду представлені лексеми *зиск, прибуток, інтерес* (“діло”, “справа”, “вигода”).

Синонімічна лексема *зиск* у вказаних джерелах має яскраво виражену семантику матеріальної вигоди з тенденцією до негативного полюсу на оцінній шкалі: 1) “сума, на яку прибуток перевищує витрати”; “доход”, “бариш”; 2) “прибуток від якогось роду діяльності, від заснування чого-небудь і т. ін.”; “бариш” зі зміщенням морально-етичного компонента ціннісного її значення у розмовну сферу вжитку: 3) *розм.* “добрий результат, користь від кого-, чого-небудь” [НТСУМ, т. 1, с. 760, СУМ, т. 3, с. 568].

Найближчий синонім слово *прибуток* так само семантично зорієнтований на вираження в його семантичній структурі інтегральної семи ‘матеріальна користь’: 1) “сума, яка складає різницю між доходом і витратами”; “додатковий доход державного підприємства [...] від якого-небудь виробництва”; 2) “доход, одержуваний від якого-небудь роду діяльності, справи і т. ін.”; “доход від торгівлі або перепродажу”; “бариш,

зиск, приріст, збільшення”; 3) “приріст, збільшення чого-небудь”; *перен., розм.* “будь-яка вигода, користь” [СУМ, т. 8, с. 564, НТСУМ, т. 2, с. 877].

Виходячи з проведеного дефінітивного і компонентного аналізу представлені сучасні значення лексем *користь, вигода, зиск, прибуток* об’єднано у 3 інтегральні семи:

- 1) сема ‘матеріальна вигода’
- 2) сема ‘добрі наслідки’
- 3) сема ‘загальна користь від чогось’.

ЛСВ “добрі наслідки для кого-, чого-небудь”; “добрий результат, користь від кого-, чого-небудь”, “те, що нам на руку, що дає добрі наслідки в чому-небудь” об’єднані інтегральною семою “добрі наслідки”, яка є семантичним переходом першозначень “досягати наміченої цілі” і.-є. кореня *\*(s)korati-* у розумінні “одержання позитивних і сприятливих результатів, успіху” і яка, зберігаючи ціннісне моральне етичне значення, дає змогу зафіксувати позитивну оцінку в семантиці досліджуваних лексем.

ЛСВ “доход”, “прибуток”, “приріст”, “зиск”, “хосен”, “виграш” “збільшення” об’єднані інтегральною семою “матеріальна вигода”, яка є результатом зсуву абстрактних деструктивних значень “різати, відтиняти, відділяти” і.-є коренів *\*(s)ker-/\*(s)kera-/\*(s)ker-*, “відрізати”, “розрізати (на шматки)” кореня *\*(s)kerp-*, “те, що зрізається”, “розділяти на частини” – коренів *\*skert, \*ker-/\*kor-*, вбік їхньої конкретизації у розумінні “відокремлювати якусь частину, суму, надходження”. Можна припустити, що в праслов’янських формах *\*koristь/ \*koristь/\*korystь, \*koristati/\*koristiti* семантика “захопити, здобути” теж була пов’язана з позначенням цими лексемами уявлень про матеріальну здобич у результаті військових агресивних дій і відповідно зумовила негативний полюс їхньої оцінки.

Звісно, що третя сема зберігає загальну абстрактну семантику “здобути щось”, реконструйовану для праслов’янських дієслів *\*koristati / \*koristiti*.

Припускаємо, що сема ‘матеріальна вигода’ із семантичними переходами значень і.-є. (s)k-коренів, що були представлені вище,

термінологізувалась в економічній, фінансовій та торговельній сферах й актуалізувалася у таких синонімах іменника *користь*, як *зиск* і *прибуток* [Практ. слов. синон., с. 173]. Термін *прибуток* представлено в “Економічному словнику” зі значенням “перевищення доходів від продажу товарів та послуг над витратами на виробництво і продаж цих товарів”; “один із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства, підприємця. Прибуток обчислюється як різниця між виручкою від реалізації продукту господарської діяльності та сумою витрат факторів виробництва на цю діяльність у грошовому вираженні” [Економічний словник, с. 247]. Відтак, є всі підстави припустити, що сучасна семантична структура лексеми *користь* у ціннісно-оцінному значенні є амбівалентною, адже вона може вживатися як на позначення позитивних наслідків від здобутих благ, так і тих, які здобуті внаслідок агресії. Термінологізація семи ‘матеріальна вигода’ відбулася переважно в економічній, фінансовій і торговельній сферах.

### Висновки до розділу 3

Когнітивна лінгвокомпаративістика, на засадах якої у роботі розроблено й апробовано методологічний інструментарій етносеміометричної аксіолінгвістики, зорієнтована на вивчення інфраструктури людського розуму як планетарної інформаційної системи в її тісних зв'язках із космічними законами (ноосфера – аксіосфера – аксіоконцептосфера), у перебігу якого було здійснено, перш за все, реконструкцію світоглядних ціннісних смислів, що склалися й домінували у свідомості британців і українців в різні культурно-історичні періоди (в добу індоєвропейської спільноти, нащадками яких вони є, в періоди прагерманської і праслов'янської мовнокультурних єдностей) і відобразилися



в семантиці тих слів, які згодом стали в кожній національній мові іменами концептуальних утворень ментального характеру і матричного формату.

Індоевропейці як народ мали і свою мову, і властиві їм способу життя матеріальну (технології) і духовну (унікальний менталітет) культури, які були поширені на величезній території, межуючи з найдавнішими близькосхідними цивілізаціями. Відповідно, сама рання мова цього народу (припускають, що вона могла належати до абхазо-адизької мовної групи) становила різномовну суміш, якою послуговувалося населення в побуті. Оскільки ця етноспільнота звикла до певного в тому розумінні цивілізаційного устрою і до використання технологій, які їм не належали і які вони ще не могли відтворювати, то окрім мирного життя, ранні індоевропейці постійно воювали з сусідніми державами в зоні “благодатного півмісяця” (Межиріччя, Сирії, Палестини, Півдня Малої Азії). Саме в таких умовах відбувався розвиток ранньої індоевропейської протомови, яка відображала спосіб мислення і життя її носіїв (хоча величезні тогочасні території Євразії за мовою були також індоевропейськими).

Ці й інші екстралінгвістичні фактори стали тим лінгвогеографічним фоном, який визначив основні орієнтири у формуванні ціннісних першозначень слів (першосмислів), що виконали свою світоглядну роль для цивілізаційного устрою індоевропейців і збереглися в семантиці слів у мовах прагерманської і праслов'янської єдностей, а також вплинули на становлення ціннісно-семантичної сфери національних мов й зокрема на процеси перебігу історичних законів такої науки, як семасіологія.

Досліджуваний діахронно-синхронний сегмент першозначень чотирьох світоглядних філософсько-аксіологічних категорій (істина, добро, краса і користь), на базі яких поступово утворилися окремі наукові доктрини (логіка, етика, естетика), дає підстави для попередніх припущень про те, що індоевропейці були носіями сформованої на той час етномовної свідомості, яка була наскрізно міфологічною і синкретичною з властивою їй творчою

енергією, від якої згодом розвинулися всі види матеріальної і духовної діяльності людини.

Реконструкція ядра аксіоконцептосфер британців і українців, яке складають чотири матричні концепти (TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА і BENEFIT / КОРИСТЬ), шляхом аналізу першозначень їхніх імен та імен найближчих синонімів, починаючи від давно зниклих мов і народів, надала змогу не лише виміряти статику і динаміку їх основних фаз у досліджуваних лінгвокультурах, а й визначити провідне місце сучасних націй британців і українців на цивілізаційній еволюційній спіралі.

Ціннісне діахронійне ядро субматриць аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНИ, збережене й відображене у свідомості британців й українців, формувалося шляхом послідовного становлення світоглядних цивілізаційних засад БУТТЯ (світобудови і світопорядку) індоєвропейців, прагерманців і праслов'ян на базі їхніх первісних уявлень про ці поняття у три еволюційні етапи: 1) космогонічний (антично-римський, язичницький, монотеїчний), 2) християнсько-біблійний, 3) новоєвропейський (секулярний).

У британській культурі взаємовідношення “Буття як справжнього Суцього” і “Буття як належного” уособлені в одному аксіоконцепті TRUTH, тимчасом в українській культурі вони менталізувалися у двох ціннісних концептах ІСТИНА і ПРАВДА, поступова смислова семантизація якого у свідомості як британців, так і українців відбувалася на основі відчуття віри їхніх пращурів-індоєвропейців, а згодом прагерманців і праслов'ян у Суцце і Належне, які для них синкретично задавали стабільний порядок і гармонію й потребували його повсякчасної підтримки.

Натомість, первісні космогонічні уявлення про віру розчиняються уже в монотеїчній і згодом у християнсько-біблійній свідомості британців у трьох лексемах: дериваті *trust* та запозичених з латини в англійську мову лексемах *belief*, *faith*, зберігаючи при цьому їхні тісні семантичні зв'язки з індоєвропейськими першозначеннями, а в українців – в одній – лексемі *віра*, семантичні витoki якої також сягають індоєвропейського коріння, але які

уже в праслов'янській мові синонімізуються у словах з реконструйованим коренем *\*st*.

Перший етап ціннісно-світоглядного пізнання істини характеризується поєднанням сакрального і профанного її компонентів (з огляду на синкретичність язичницької свідомості). Сакральний компонент – це ситуація вихідного упорядкування світу, встановлення основних структур буття на космогонічному, природному і культурному рівнях. У цю епоху діями богів закладаються ключові архетипи (етнічні індоєвропейські константи), нормативні для всіх сфер людського життя. Профаний компонент – це ситуація поточного (справжнього), побутового життя індоєвропейців. Причому типові форми їхньої ритуальної поведінки (тобто цінності як справжня істина, віра, довіра) у профанному часі ґрунтувалися на вихідних архетипах сакрального часу. А відтак, основний нормативний порядок сакральної поведінки став ціннісно-світоглядним фоном (істиною) для людини космогонічної культури. І власне дотримання цих етнічних констант індоєвропейцями було запорукою стійкості їхнього буття.

Як наслідок, вихідна система першозначень ціннісно-світоглядної моделі субматриць TRUTH / ИСТИНА як фрагмента тодішньої архетипної сакрально-профанної картини світу, які започатковують й організують порядок людського існування, була спроектована на природне і культурне оточення людини. В міфологічній моделі світу порядок і стабільність забезпечував ритуал (як віра в його обов'язкове виконання для забезпечення зв'язків із богами) і культ дерева як наочно-чуттєвого сприйняття світу, крона якого метафорично відчувалася як символічний верх – небо, для якого власне і відбувався ритуал, стовбур – мислився як непохитна і міцна віра в магічну силу ритуалу – це низ – земля – побутове існування, коріння ж – підземне царство.

У германській моделі світу і давніх британців як її представників основою стабільності, твердості, упорядкованості буття, тобто істини, залишається культ дерева як природний і водночас космогонічний об'єкт

(артефакт), що метафорично позначається уже в давньоанглійській мові іменем концепту TRUTH, тоді як у давніх слов'ян і в українців як їхніх нащадків у процесі поступового переходу від язичництва до християнства наочно-чуттєві уявлення про стійкість буття відтворювалися шляхом матеріально-культурних і водночас космогонічних артефактів, виготовлених із дерева (“космогонічний стовп”, “дерев'яний стовб”, “стіл” – все, що уявлялося як прямостояння, звідси, подальший зв'язок із правдою, насамперед, з одним із її значень – “прямий”), що метонімічно (стовбур як частина дерева) позначаються в церковно-слов'янській мові іменем концепту ІСТИНА, зберігаючи свою архетипну природу – етнічну константу індоєвропейців – сакральне священне дерево. Вихідний порядок (ІСТИНА), започатковуючи ритуал і вказуючи на правильність дій, водночас постає як ПРАВДА в міфології слов'ян і давніх українців.

Індоєвропейські ціннісні константи TRUTH/ІСТИНИ у прагерманську й праслов'янську добу з їх переходами до етапу християнізації продовжують кодувати установки, прийняті як нормативні, проте з домінуванням інших констант: у давніх британців – це TRUST, BELIEF, FAITH, у давніх слов'ян – це концепт ВІРА.

І якщо античні греко-римські боги й язичницькі боги (у кожній культурі й на кожній території локалізації індоєвропейців, а згодом британців і слов'ян-українців були свої божественні покровителі) безпосередньо включені/вписані у природну світобудову, то в монотеїзмі Бог сам установлює закон/устав у природному світі, тобто він задає порядок світоустрою. Відтак, закони людського буття вже не виводяться з природи, а визначаються Божественним началом. У зв'язку з цим сакральний компонент істини персоніфікується і пов'язується з єдиним Абсолютним особистісним началом – Богом-Отцем.

З монотеїчним Богом пов'язані й перші ціннісно-світоглядні уявлення про “good” / “добро”, зафіксовані в першозначеннях індоєвропейських,

прагерманських і праслов'янських етимонах, реконструйованих для імен концептів GOOD / ДОБРО.

Етимологічні версії первісних значень і.-є. коренів, які відображають уявлення індоєвропейців і прагерманців, а згодом і давніх британців про “good”, надали змогу визначити ядерну етнічну константу, сформовану в їхній свідомості і пов'язану, передовсім, із символікою/ідеєю єднання як між собою, так і єднання з божеством, по-перше, для пізнання істини (відчуття справжнього його існування і шанування порядків, установлених у природному світі) та віри в неї, а, по-друге, для отримання від цього єднання, насамперед, матеріальних благ як винагороду (у вигляді тих дарів, за якими зверталися до божества) за шанування порядку через ритуал жертвопринесення й водночас відчуття задоволення, тобто морально-духовного блага. Підтвердженням цьому є генетичний матеріал до реконструйованого для давньоанглійської лексеми *gōd* і.-є. кореня *\*ghedh* (“звати”, “єднатися”), як-от: *ge-sæ* “власність, багатство” з семантичним зсувом у значення “добробут, щастя”, *gestreon*, *gaersum* “богатство, скарби”, *gold* “коштовності” і безпосередньо *goods* “майно”.

Поступово в давньоанглійській мові лексема *gōd* розширює свою семантичну структуру і набуває значень “чудовий; цінний; бажаний, сприятливий, корисний”; “доброзичлива, доброчесна, обожнена / божественна людина”. А, починаючи з 13 ст., в її семантичній структурі розвинулося значення “милосердна людина”, що дає підстави говорити про домінування в ній морально-етичного і духовного компонентів над первісним матеріальним.

Щодо первісних уявлень про “добро” у праслов'ян, то вони формувалися шляхом протиставлення таких абстрактних понять для колективу й окремого його представника, як “доля-недоля”, “щастя-нещастя”, “удача-поразка”, “свій-чужий”, “правий/прямий-лівий/кривий”, оскільки в їхній міфологічній свідомості природне язичницьке божество було тією вищою сакральною цінністю, що наділяла долею, багатством, а відтак, і

підкувалася про добро. В пантеоні давніх слов'ян “Володимирові боги” головним був “Дажьбог “бог-давець”, який дарував багатство й наділяв добром, що підтверджується фонетичними й семантичними закономірними переходами реконструйованих для лексем *добрий* і *добро* і.-є. коренів *\*dhabh-/dhābh* та їх праслов'янських рефлексів *\*dobrъ(jь) / \*dobrъ* в і.-є. корінь *\*bhag-* і, відповідно, псл. корінь *\*bogъ* “бог” з його дериватами: псл. *\*bogatyъ* “богатий” (букв. “той, що перебуває під опікою богів”), псл. *\*sъbožъje* (укр. *збіжжя*) “щастя, багатство”). Саме до цього Бога зверталися в ритуалах, молитвах, побажаннях добра і блага (*Дай, Боже! (Дажьбог)*).

Семантичні паралелі і.-є. *\*d*-коренів (реконструйованих і для лексеми *truth* як фонетичні чергування *\*d-t*, і для лексеми *добро*) простежуються і з реконструйованими в іменах досліджуваних концептів *\*g-* і *\*b-* коренями, які так чи інакше були позначеннями основних актів ритуалу жертвопринесення, що викликав почуття задоволення й радості в його учасників, особливо від дарунків (пожертв) Божествам, а головне, сподівання на захист, і, відповідно, формував гармонію і щастя. Цей висновок зроблено на основі аналізу численних генетичних дериватів до реконструйованих коренів, наведених в багатьох етимологічних джерелах, пор.: р.-лат. *duenos>duonos>* клас. лат. *bonus* “гарний” (фон. зміни *du- > b-*); д.-ірл. *den* “захист”; лат. *beō, -are* “благословляти, збагачувати, робити щасливим”, *beatus* “благословенний, удачливий”; с.-н.-н. *twiden* “радувати, дарувати”.

Передовсім такі уявлення відображені в першозначеннях і.-є. кореня *\*deiwo* [deuwo] та його дериватах: д.-інд. *devah, Devi.*; авест. *daeva*, д.-гр. *Dios*, лат. *Deus*, д.-ісл. *tivar*, прус. *deiws*, лит. *deive*, укр. *диво* з подальшими семантичними переходами у значення: “небесний” > “небожитель” > “Бог” або сяючий > “дивовижний” > “який творить/робить дива” > “Творець”), які простежуються у прагерманських і праслов'янських рефлексах, об'єднаних загальним значенням “творити” з його семантичними переходами у “те, що створено з чогось і набуло зовнішньої форми”. З цього випливає, що в індоєвропейських мовах таке неконвенціональне розуміння мовного знака

збереглося в історії кореня \**dhe-* та його численних фонеморфологічних і семантичних трансформованих похідних, які надали змогу реконструювати первісні уявлення їх носіїв та їхніх нащадків прагерманців і праслов'ян про BEAUTY/КРАСУ як акт творення зовнішнього (світоустрою і порядку) і внутрішнього світу (гармонії) за космічними законами.

Цей висновок спирається на візантійську філософсько-релігійну теорію образу, в основу якої покладено гіпотезу про те, що образи земні є відображенням / відбитком явищ небесних, подібно як людина створена “за образом и подобою Творця”. Саме таку логіку первісних уявлень про красу, зафіксованих у першозначеннях і.-є. d-коренів, демонструють їх етимологічні версії і пов'язують її із зовнішньою стороною як об'єктів і предметів буття, так і з зовнішністю людини, яка формувалася і на основі внутрішнього емоційного стану у процесі ритуалів жертвопринесення, поклоніння Божествам, споглядання за сяянням небесних явищ і відчуття від такої гармонії / краси задоволення, щастя і вдосконалення. Проте відмінності у прагерманців і праслов'ян в естетичному первісному сприйнятті краси виявляються, за даними етимології, в тому, що індогерманці її уявляли на рівні гладенької, гарної сяючої форми / поверхні чогось (можливо, потрібного предмета чи обробленої шкіри після ритуалу жертвопринесення для використання в побуті тощо) та його цінності/значимості для потреб людини (у побуті й загалом у житті), тимчасом балто-слов'яни її пов'язували з формою обличчя, зовнішністю людини як Божим творінням, де власне форму чогось вони теж уявляли як виготовлення певної речі, предмета за допомогою технології лиття, а також як окреслення певних контурів чогось.

Уявлення носіїв міфологічної свідомості про красу і гармонію від зовнішньої сторони їхнього Буття й водночас внутрішніх відчуттів, що сприймалися як порядок і закон світоустрою приносили їм задоволення, тобто користь. Відповідно, уже в давніх культурах починає формуватися усвідомлена потреба диференціації речей, явищ тощо на ті, що приносили

задоволення й сприймалися як корисні, й на ті, що були несприятливими, а тому уважалися шкідливими.

Це підтверджено аналізом семантичних переходів загального значення і.-є. \*d-коренів “творити”, які реконструюються для запозиченої з латини в англійську мову лексеми *benefit* і на базі яких світоглядно в ті далекі часи у свідомості індоєвропейців закладалося розуміння поняття “діяльності” загалом як позитивного фактора і водночас мотиватора для отримання вигоди спершу як матеріальної, а згодом і духовної, а відтак, задоволення й насолоди. Тимчасом в українській мові спостерігаємо етимологічні зв’язки лексеми *користь* з праслов’янськими формами \**koristь*/\**koristь*/\**korystь*, \**koristati*/\**koristiti*, первісна семантика яких “захопити, здобути” була пов’язана з позначенням цими лексемами уявлень про матеріальну здобич у результаті військових агресивних дій.

Таким є ядро мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців, яке становлять чотири базові матричні концепти TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА і BENEFIT / КОРИСТЬ, що зазнавало різних нашарувань і трансформацій, проте зберегло в кожній із лінгвокультур індоєвропейські етнічні константи з їх переходами у прагерманські й праслов’янські рефлекси та окремі національні мови.

Ближча навколоядерна зона формувалася на основі розвитку ціннісних першозначень (шляхом розщеплення еквополентності значень та їх протилежної фіксації в різних іменах, наприклад, *добро-зло*), їхню подальшу ціннісну менталізацію й концептуалізацію уже безпосередньо в кожній лінгвокультурі: від давнього стану – до сучасного, де переходи відповідних семантичних континуантів спостерігаються у трьох напрямках: 1) абстракції, 2) конкретизації-специфікації, 3) термінологізації, зберігаючи ядерні етнічні константи й водночас випромінюючи нові, уже національно-культурні, смислові домінанти.

Навколоядерна зона семантичної структури імені матричного аксіоконцепту TRUTH представлена 6 інтегральними семами, виділеними в



його сучасних значеннях і ЛСВ, дериватах і найближчих синонімах: 1) ‘наявність факту як чогось достовірного/правдивого’, 2) ‘визнання факту як істини/правди, авторитетна думка’, 3) ‘справедливість’, 4) ‘віра в істину’, 5) ‘сумніви в істинності інформації’, 6) ‘Бог’, на базі яких сформувалися концептуальні ціннісні ознаки цього утворення як результат відображення національних доміант у системі базових цінностей британців (загальнокультурних, духовних, соціальних, релігійних) та подальшої термінологізації, насамперед, в юриспруденції.

В аксіоконцептосфері українців її навколоядерна зона формувалася шляхом подальшої семантичної і також термінологічної трансформації першозначень імен двох тісно пов’язаних між собою тотожних, але не абсолютно синонімічних імен концептів *істина* і *правда* в їхніх когнітивно-матричних зв’язках зі значеннями імені концепту *віра* та його дериватів і синонімів, результати якої свідчать про доміантність горизонтального вектору формування базових ціннісних смислів у сучасній семантичній структурі імені концепту ПРАВДА убік морально-етичної спеціалізації і юридичної термінологізації (слова з коренем *прав-* в сучасній українській мові на оцінній шкалі мають позитивний плус, “первинними, вихідними значеннями яких є значення “прямий, рівний, без відхилень (про шлях)”, “спрямований прямо, вперед (про рух)” з подальшими переходами у значення “справедливості” як соціальної, так і юридичної). Тимчасом ціннісна семантизація і термінологізація імені концепту ІСТИНА залишає вертикальний орієнтир етнічних константних першозначень (“прямостояння”, “стовбур”, “стійкість”) з їх домінуванням у науковій сфері.

Навколоядерний шар мотиваційного континууму аксіоконцептосфери британців культурно й історично складався з тієї цінності, яка цілком мала б задовольняти потреби (вітальні, соціальні й духовні) і долю людини і яка менталізувалася в їхній уже сучасній свідомості через абстрактне значення “Вище благо” як результат тривалого семантичного розвитку першозначень

індоєвропейських, прагерманських і давньоанглійських етимонів убік трансформації матеріального блага в духовне.

У процесі аналізу сучасних значень імені концепту GOOD є всі підстави говорити про те, що це когнітивно-матричне утворення за своїм аксіологічним змістом є морально-етичним концептом, основною концептуальною ознакою якого є ‘морально-духовні чесноти на тлі іншого добра’, сформованою на базі диференційних, інтегральних, градуальних сем сучасних значень і ЛСВ лексеми *good*, її синонімів та дериватів.

Аксіоконцептосфера українців в її навколоядерному калейдоскопічному мотиваційному континуумі за архісею ‘морально-духовні чесноти на тлі іншого добра’, що також менталізувалася / концептуалізувалася в їхній свідомості, збігається з ціннісним її сприйняттям британською спільнотою, адже вона є результатом семантичних переходів світоглядної індоєвропейської етнічної константи у прагерманські й праслов’янські \*g-корені п.-герм. \*gōda / псл.\*godъ з формуванням в їхніх семантичних структурах культурних домінант з подальшими фонеморфологічними зсувами безпосередньо в українській мові (\*g > \*b (б) > \*d (д)).

Грамаітична трансформація на рівні дериватів також зумовила інший вектор обертання калейдоскопічної морально-етичної мозаїки ціннісного континууму українців вбік набуття в сучасній семантичній структурі іменника *добро* негативного полюсу оцінки, актуалізованого в потенційній семі ‘відсутність позитивних якостей’. Це пояснюється збереженням в українській мовній свідомості реліктів первісних уявлень про добро, де один індоєвропейський корінь із семантикою добра був синкретою і мав здатність виражати екіполентну символіку. Національні домінанти спостерігаємо і на рівні диференційної семи ‘кооперативність’, де субстантивована форма *добрий* набуває семантики звертання до співрозмовника, що також не фіксується в етикетному ритуалі британців, в якій збереглася ритуальна форма вигуку – звертання до Бога.

У калейдоскопічному мозаїчному мотиваційно-ціннісному континуумі британців відбулася помітна сучасна семантична адаптація імені концепту BEAUTY в його тісних когнітивно-матричних зв'язках з семантичними і концептуальними ознаками імен попередніх концептів як фундаторів системи базових цінностей даної лінгвокультури. Сучасна семантична структура лексеми *beauty* є значно відмінною від тієї семантики, з якою це слово потрапило в англійську мову в середній період її розвитку, відображаючи безпосередньо національну британську ментальність.

На базі виявлених сем у сучасних її значеннях та ЛСВ сформовано концептуальні ознаки, центральною з яких є 'естетична' в її різних мозаїкоподібних ціннісних варіюваннях: 'сенсорному', 'етичному', 'гедоністичному', 'нормативному', 'інтелектуальному', 'телеологічному', 'утилітарному', 'природному' і 'штучному'.

Домінування естетичної концептуальної ознаки у поняття "beauty" відбувалося поступово, витoki якої сягають праонтології, відображеної у першозначеннях і.-є. \*d-коренів, пов'язаних із первісними усвідомленнями поняття якості (як категорії), властивої небесній красі у вигляді сяння, яскравого різнобарвного світіння, виблискування, що були привабливими, а, головне, приємними для споглядання, які викликали почуття насолоди.

Навколоядерна зона аксіоконцептосфери українців в її мозаїчному сегменті, утвореному на базі розвинутої сучасної семантичної структури імені концепту КРАСА та сформованих концептуальних ознак, домінантною з яких є градуальна сема 'прекрасне як естетичне відчуття'. У цьому плані маємо повний збіг у двох лінгвокультурах. Тимчасом відмінності зафіксовано в подальшій естетичній термінологізації значення "розуміння людини як начала, джерела прекрасного" в українській мові, розвинутого в результаті семантичного переходу першозначення "творити" і.-є. коренів \*krot-s, \*kross, \*krass та псл. значень "творіння", "вид, зовнішній вигляд", реконструйованих у слів \*kresati та \*tvorь /\*tvarь та їх сучасних рефлексів.

Подальша індоєвропейська семантика “творити”, у внутрішній формі якої задовано ціннісний смисл понять “good” і “beauty”, зумовила сучасні вектори розвитку імені ціннісного концепту BENEFIT, першозначення якого трансформувалися в напрямі від морально-етичного значення до термінологічного, переважно економічній, фінансовій і комерційних сферах. Тимчасом сучасна семантична структура імені концепту КОРИСТЬ та її найближчого синоніма ВИГОДА у калейдоскопі загального мотиваційно-ціннісного континууму українців є амбівалентною, адже домінантна сема ‘матеріальна вигода’, сформована на базі тих її значень, що позначали колись блага, здобуті внаслідок агресивних дій, наразі розвинула термінологічне значення зі знаком + “матеріальні прибутки як один із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства”.

В обох континуумах термінологізація семи ‘матеріальна вигода’ відбулася переважно в економічній, фінансовій і торговельній сферах.

## РОЗДІЛ 4

### АСОЦІАТИВНА ЕТНОСЕМІОМЕТРІЯ

#### МОТИВАЦІЙНОГО КОНТИНУУМУ АКСІОКОНЦЕПТОСФЕР БРИТАНЦІВ І УКРАЇНЦІВ

#### **4.1 Мотиваційний континуум аксіоконцептосфери та експериментальні процедури його етносеміометрії**

Лінгвістична аксіологія дедалі продовжує пошуки ефективних інструментів для реконструкції ціннісних картин світу представників різних етнокультур. Останнім часом, як показують міждисциплінарні дослідження у цій сфері, найбільш ефективними методиками є експериментальні процедури, які передбачають синергію як власне лінгвістичних здобутків, так і результатів роботи психологів, соціологів, філософів тощо.

А оскільки концептосфера кожної лінгвокультури відображає її цінності (В. І. Карасик), теорія яких розроблялася багатьма представниками гуманітарного знання, то для її вивчення слід застосовувати й їхній інструментарій.

Найбільш аргументованою і системною вважається теорія і методологія цінностей філософа Ш. Шварца [Шварц], на базі якої було опрацьовано 10-х ключових цінностей або чотирьох метацінностей із різноманітними установками, типами поведінки, якостями особистості й соціально-демографічними показниками.

Для вимірювання класифікованих 10-х базових цінностей дослідники розробили й успішно випробували п'ять різних типів методик [1; 2; 3]. Однак, оцінюючи їх ефективність, сам Ш. Шварц, його колеги та їхні учні звернули увагу на те, що в усіх цих наукових дослідженнях цінності переважно розглядаються як автономні конструкти [Шварц, с. 45].

І в чому ж криється суть основної критичної претензії до методики подібних досліджень?

Насамперед, у тому, що вони не враховують ключову тезу теорії і методології цінностей Ш. Шварца, яку він сформулював, коли вперше презентував для обговорення свої ідеї: “[...] сукупність/комплекс цінностей становить **мотиваційний континуум** [...], в якому мотиваційні відмінності між ними варто розглядати як безперервні (взаємопов’язані й синергетичні – *уточнення Н.С.*), а не як дискретні” [Шварц, с. 45–46].

Організація/конструювання й онтологія мотиваційного континууму цінностей полягає, за словами Ш. Шварца, в тому, що “розташування цінностей по колу (за прототипно-польовим принципом, де є центр/ядро і гнучка периферія – *уточнення Н.С.*) становить когнітивну синергетичну конфігурацію пов’язаних між собою мотивів, більше схожу на кольоровий спектр (**калейдоскоп** – *уточнення Н.С.*) їхньої взаємодії, аніж на суто простий набір мотивацій. Мотиваційний континуум утворюється за допомогою надскладних або більш простих ціннісних конструктів [...]” [цит. за 4, с. 46] (аксіогіпер- та просто концептів – *уточнення Н.С.*).

Саме таку когнітивно-матричну калейдоскопічну структуру має концептосфера кожної лінгвокультури зі складною конфігурацією ціннісних концептів як безперервного діахронно-синхронного континууму тісно пов’язаних між собою мотивів та їх **ЗНАЧИМОСТІ** як для колективу в цілому, так і для кожного його індивіда зокрема.

Нова теорія цінностей [Шварц, с. 45] передбачає розробку експериментальних методів для виявлення критеріїв і принципів сегментації континууму на змістові, концептуально відмінні цінності, що мають більш універсальну (загальнолюдську) евристичну і передбачувану силу. Її автори пропонують розпочати перевірку вже апробованої вихідної теорії цінностей, яка надала свої результати, на матеріалі нових більш зручних критеріїв розмежування ціннісних концептів.

На одному з прикладів дослідники переконливо доводять, як процедура об’єктивного розмежування концептів може вдосконалити теорію цінностей Ш. Шварца.

Так, зокрема, початкове визначення вченим такої цінності, як “Самостійність” включало два аспекти: 1) автономію думок і 2) автономію вчинків. Дослідження відношень між цінностями й особливостями особистості показали наявність сильної позитивної кореляції між цінністю “Самостійності” і фактором “Відкритості”. Утім, коли вже в пізніших працях Ш. Шварца було розділено автономію думок і автономію вчинків, то виявилось, що саме автономія думок, а не вчинків є джерелом цієї кореляції. Наведений приклад показує, наскільки необхідним є вдосконалення процедури аналізу мотиваційного континууму цінностей і зокрема в тій її частині, яка надасть змогу виділити в ньому концептуально відмінні індивідуальні цінності.

Оновлена теорія і методологія цінностей Ш. Шварца допоможе уточнити розуміння категорії цінностей взагалі, а також застосувати її інструментарій для реконструкції когнітивно-мотиваційних відношень між ціннісними концептами лінгвокультур британців і українців. Комбінуючи ціннісні концепти в концептосфері, що займають субординативне, холістичне й синергетичне положення в мотиваційному континуумі, можна буде також реконструювати їхню категоріально-ціннісну природу, що сягає таких першоцінностей світобудови, як ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ.

#### **4.2 Параметричні характеристики учасників психолінгвістичного експерименту та процедури його проведення з британцями й українцями із залученням системи Google Forms**

Психолінгвістичний підхід до вивчення семантики мовних одиниць останнім часом набув нових векторів, пов’язаних, насамперед, зі здобутками когнітивної лінгвістики, у пріоритеті якої залишаються питання реконструкції механізмів роботи свідомості людини – носія мови і культури.

Свого часу широка теоретична розробка проблеми значення у психологічній науці, за словами О. Ф. Загородньої [Загородня 2018, с. 53],

стала потужною базою для розроблення понять “психолінгвістичне” й “асоціативне” значення.

У своєму дослідженні О. Ф. Загородня, цитуючи праці Й. А. Стерніна та його учнів, під *психолінгвістичним значенням слова* (Й.А. Стернін, А.В. Рудакова) розуміє впорядковану єдність усіх семантичних компонентів, які пов’язані з певною звуковою оболонкою у свідомості носіїв мови, тобто з окремим словом, і які становлять його *асоціативну структуру* (ієрархічну ядерно-периферійну польову модель) [Загородня 2018, с. 53]. Ізольовано взяте слово актуалізується у свідомості носіїв мови в єдності усіх його компонентів – більш і менш яскравих, ядерних і периферійних [Стернін, Рудакова, с. 99].

Відповідно, що для виявлення психолінгвістичного компонента значення у слова обов’язковою процедурою є побудова його *асоціативного поля*, яке можна сконструювати за допомогою реакцій респондентів, наданих на певне слово-стимул у перебігу проведення асоціативного експерименту.

Останнім часом дискутується проблема щодо ступеня достовірності здобутих реакцій, який, на думку Р. М. Фрумкіної, можна перевірити, наприклад, збільшенням стимульного списку для подальшої обробки отриманих реакцій або збільшенням кількості опитуваних. І, якщо, наприклад, при збільшенні кількості реципієнтів результати суттєво не змінюються, то вони є науково доведеними [Фрумкіна с. 20]. До важливого об’єктивного наукового параметра 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 реакцій респондентів.

Важливість усвідомлення правильно організованого асоціативного процесу, як уважає Р.М. Фрумкіна, сприятиме зменшенню суб’єктивності в отриманні реакції на слово-стимул, зокрема виключенню ідеї відбору відповідей. Якщо є відбір – то немає асоціативного процесу” [Фрумкіна с.



31]. А тому припускаємо, що надані відповіді в електронній формі зменшать ризики отримання спотворених асоціативних реакцій на відповідний стимул.

Опишемо стисло і порядок проведення вільного асоціативного експерименту (далі – ВАЕ), і зміст анкет, і саму процедуру проведення ВАЕ, в якому взяли участь 105 британців з північної, центральної і південної частин Англії і 110 українців (з центрального, західного та південного регіонів України).

Вільний асоціативний експеримент був проведений із залученням універсального інструмента Google Forms для розробки веб-опитувальника, який є у вільному доступі в мережі Інтернет. Цей інструмент надав змогу розробити анкету з метою одержання інформації про певні факти свідомості опитуваних [<https://docs.google.com/forms/u/0/>]. Респонденти мали можливість заповнити анкети самостійно в будь-який зручний час у режимі онлайн. Від учасників було отримано попередню усну згоду на участь в експерименті й подальшу обробку отриманих даних, а також вони були попереджені, що опитування відбувається анонімно.

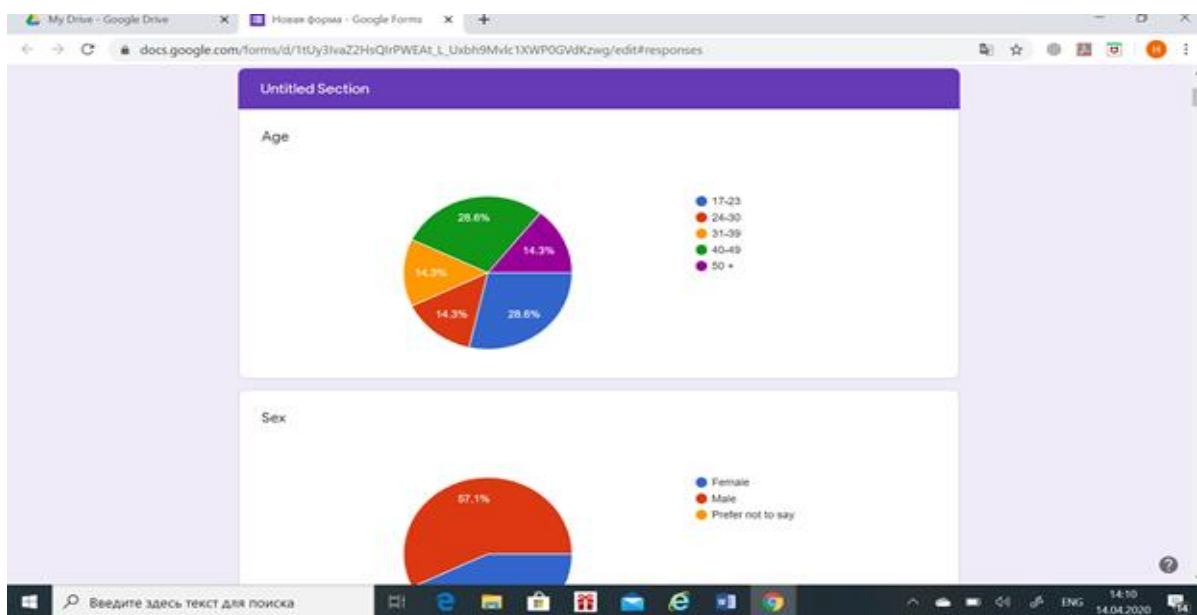
Анкета складена із 17 запитань, серед яких тільки 2 запитання були обов'язковими для відповіді та помічені зірочкою (вік і місце народження). Решта запитань побудовані так, що форма дозволяє пропустити певне запитання у випадку відмови респондента надавати відповідь. Окремі запитання надають можливість вибору декількох варіантів відповідей. Після закінчення роботи над анкетною респондент відправляв веб-опитувальник електронною поштою.

Реакції, отримані в ході асоціативних експериментів, можна розглядати як специфічний для певної культури і мови асоціативний профіль образів свідомості. Вони інтегрують розумові й чуттєві знання, які накопичені певним етносом [Уфимцева 2004, с. 5]. А тому асоціативна реакція суттєво залежить від віку, статі, професії, соціального стану інформанта і багато ін. факторів [Стернин с. 37].

Відповідно, в першому запитанні анкети респонденти вказували свою **вікову категорію**. Результати опрацювання представлені в діаграмах і в таблицях.

В експерименті взяли участь респонденти п'ятьох вікових інтервалів: 1) від 17-23; 2) 24-30; 3) 31-39; 4) 40-49; 5) 50 і більше, наймолодший вік яких становив 17 років і найстарший охоплює віковий інтервал 50 років і більше.

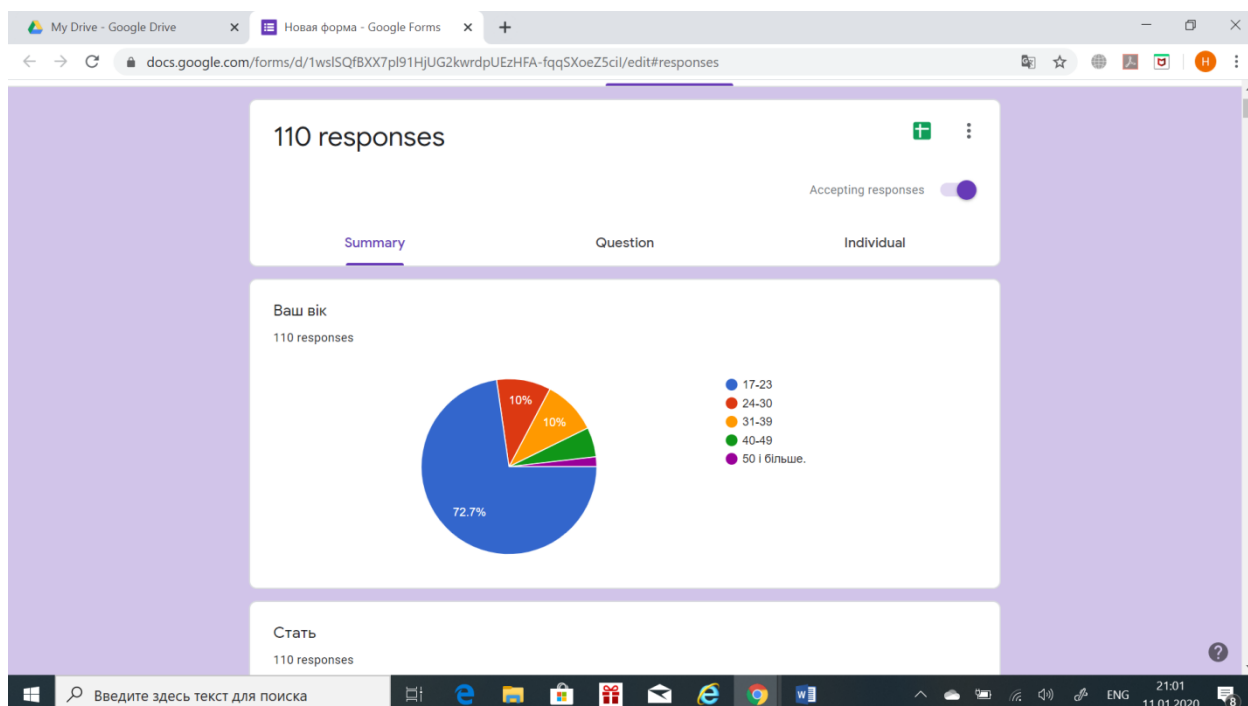
На думку Ю. М. Караулова, “в період від 17-25 років завершується становлення мовної особистості, а, значить, в асоціаціях буде відображено сформовану когнітивно-мовну здатність учасника експерименту” [Караулов]. Учений переконаний, що словниковий запас (тезаурус), ієрархія ціннісних категорій (що для цього дослідження є вкрай важливим і основним фактором для вибору вікових груп інформантів), прагматичні установки мовної особистості у більшості людей залишаються відносно стабільними протягом життя [Караулов с. 192-193]. В даному експерименті віковий діапазон більш широкий, ніж зазначає вчений, що дає можливість отримати результати, які будуть релевантні не лише для певної вікової категорії, а й для ширшого кола осіб.



**Діаграма Вікові категорії респондентів-британців.**

Таблиця 4.1

Вікова категорія респондентів	Відсоток опитаних (%)
17-23	28,6%
24-30	14,3%
31-39	14,3%
40-49	28,6%
50 і більше	14,3%



Діаграма Вікові категорії респондентів-українців.

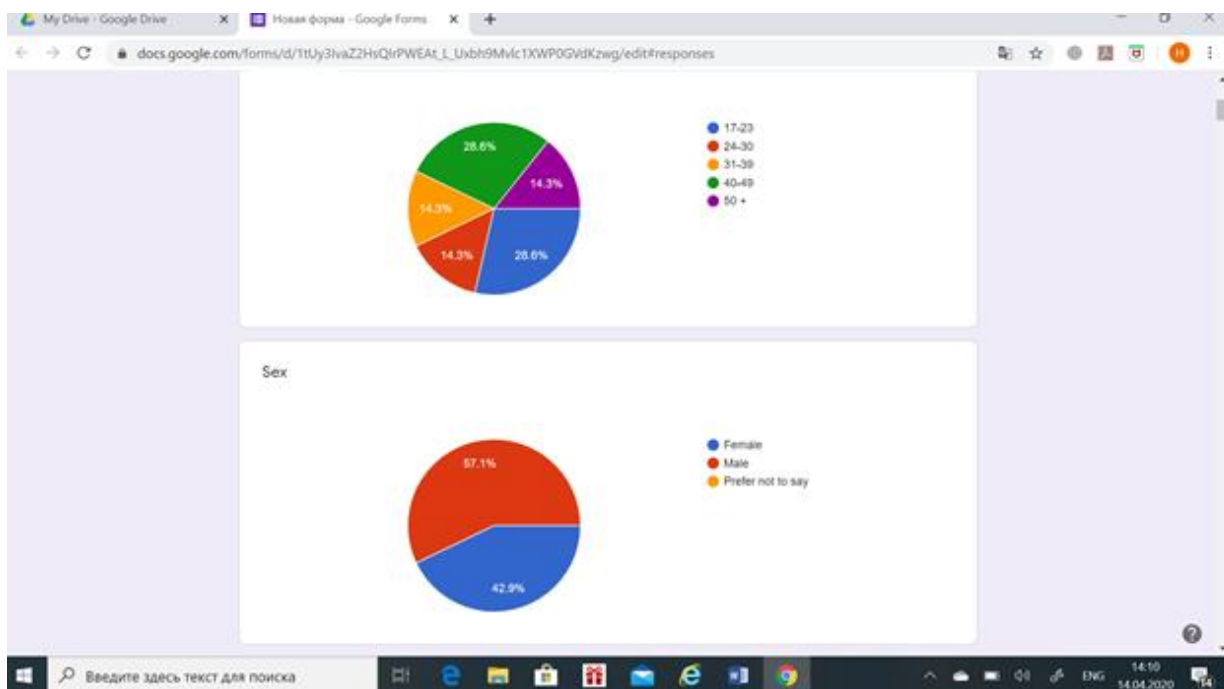
Таблиця 4.2

Вікова категорія респондентів	Відсоток опитаних (%)
17-23	72,7%
24-30	10%
31-39	10%
40-49	5,5%
50 і більше	1,8%

Друге запитання анкети стосувалося визначення **статі** опитуваних.

Таблиця 4.3

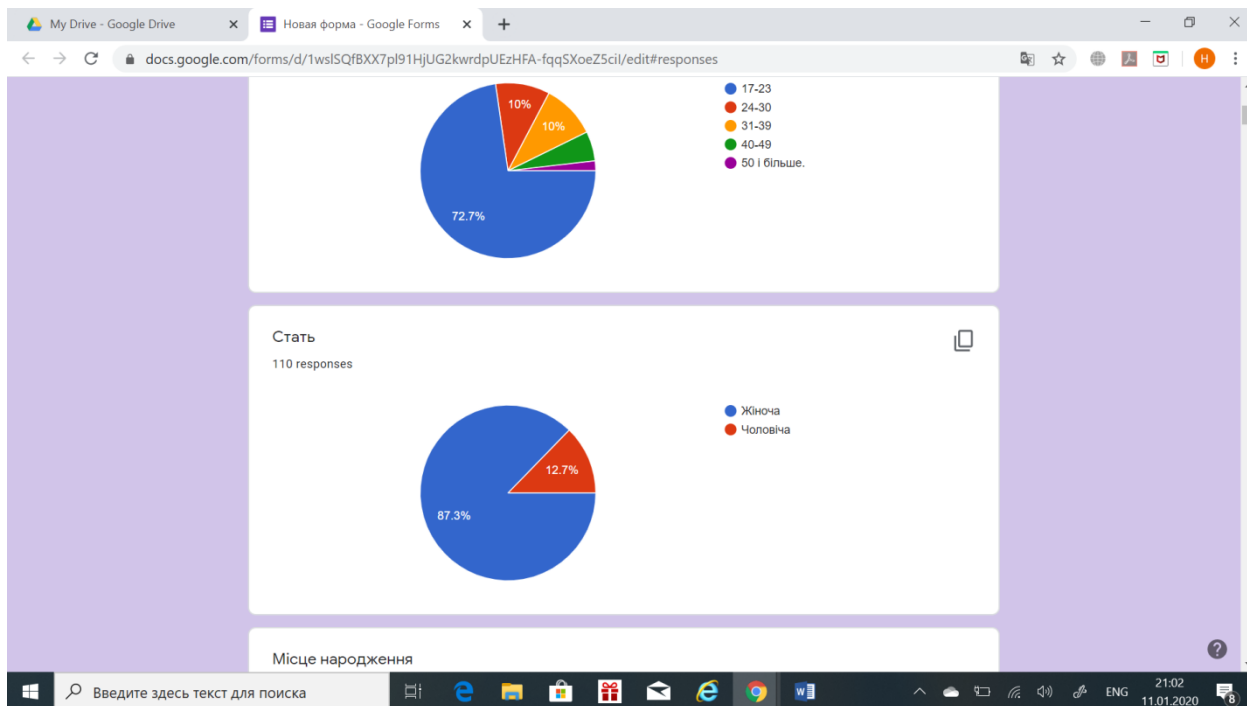
Стать респондентів-британців	Відсоток опитаних (%)
Жіноча	42,9%
Чоловіча	57,1%



**Діаграма Стать респондентів-британців.**

Таблиця 4.4

Стать респондентів-українців	Відсоток опитаних (%)
Жіноча	87,3%
Чоловіча	12,7%



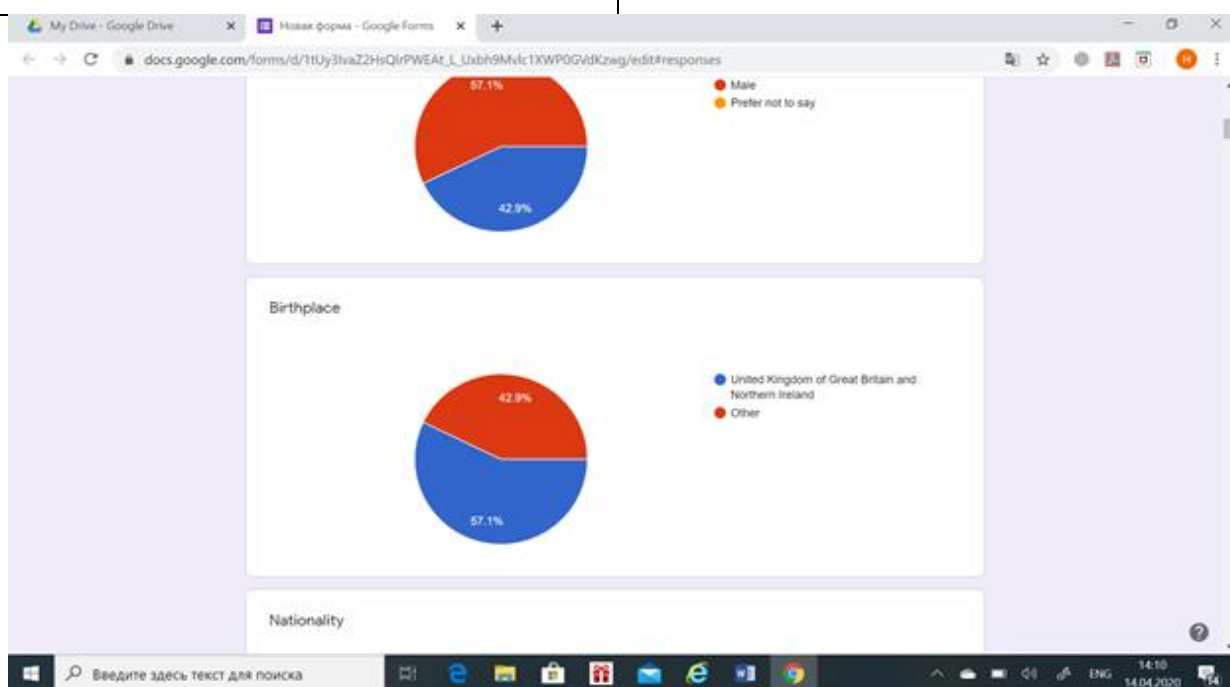
**Діаграма 2 Стать респондентів-українців.**

В опитуванні взяли участь 42,9% респондентів-британок і 87,3% жінок-українок і 57,1% британців-чоловіків і 12,7% українців-чоловіків. Поділяємо думку А. В. Кириліної, яка вважає, що “задекларований у лінгвістиці антропоцентричний підхід передбачає вивчення всіх параметрів мовної особистості [...], зокрема і гендерних. Гендер, під яким розуміють культурно зумовлений і соціально відтворений феномен, є одним із таких параметрів [цит. за пр. Горошко]. Представлене в експерименті співвідношення жінок і чоловіків не претендує на остаточні висновки щодо гендерних особливостей опитуваних в їх реагуванні на слова-стимули, але все ж таки показує певні тенденції.

Третє питання стосувалося **місяця народження** респондентів, бо, як зазначає Л.В. Сахарний, асоціативні реакції залежать від географічних умов і професії людини [Сахарный] (далі Таблиці 4.5).

Таблиця 4.5

Місце народження	Відсоток опитаних
Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії	57,1%
Інші країни	42,9%

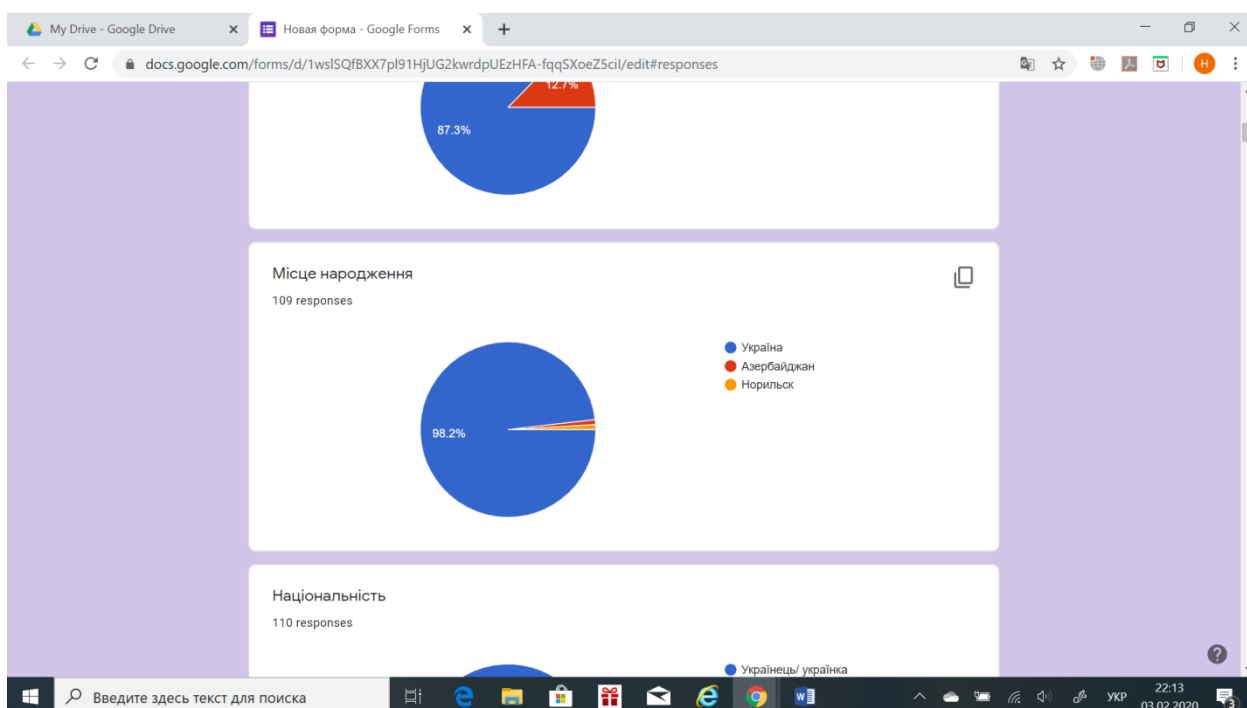


Діаграма Місце народження респондентів-британців.

Таблиця 4.6

Місце народження	Відсоток опитаних
Україна	98,2%
Інші країни	1,8%

Як бачимо, в експерименті 57,1% британських респондентів народилися у Сполученому Королівстві Великої Британії та Північної Ірландії, і 42,9% - в інших країнах, тимчасом, як більша частина українських респондентів 98,2% народилися в Україні і лише 0,9% вказали інші країни: “Росію” та “Азербайджан”.

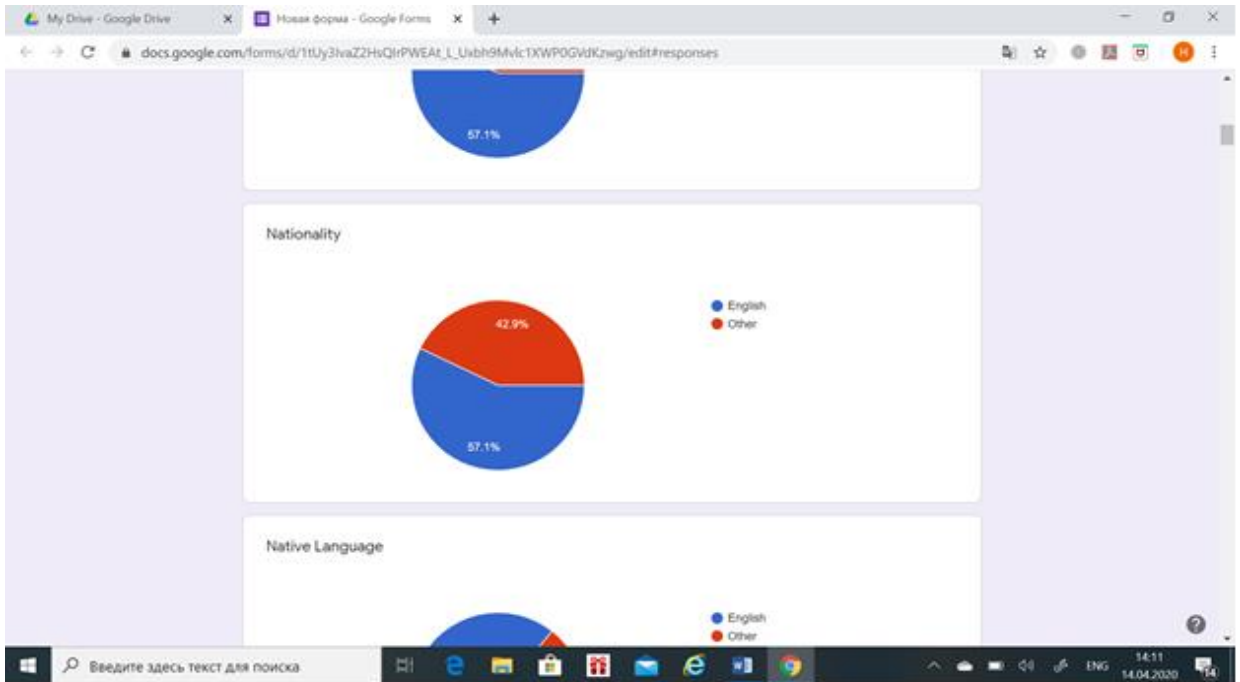


**Діаграма Місце народження респондентів-українців.**

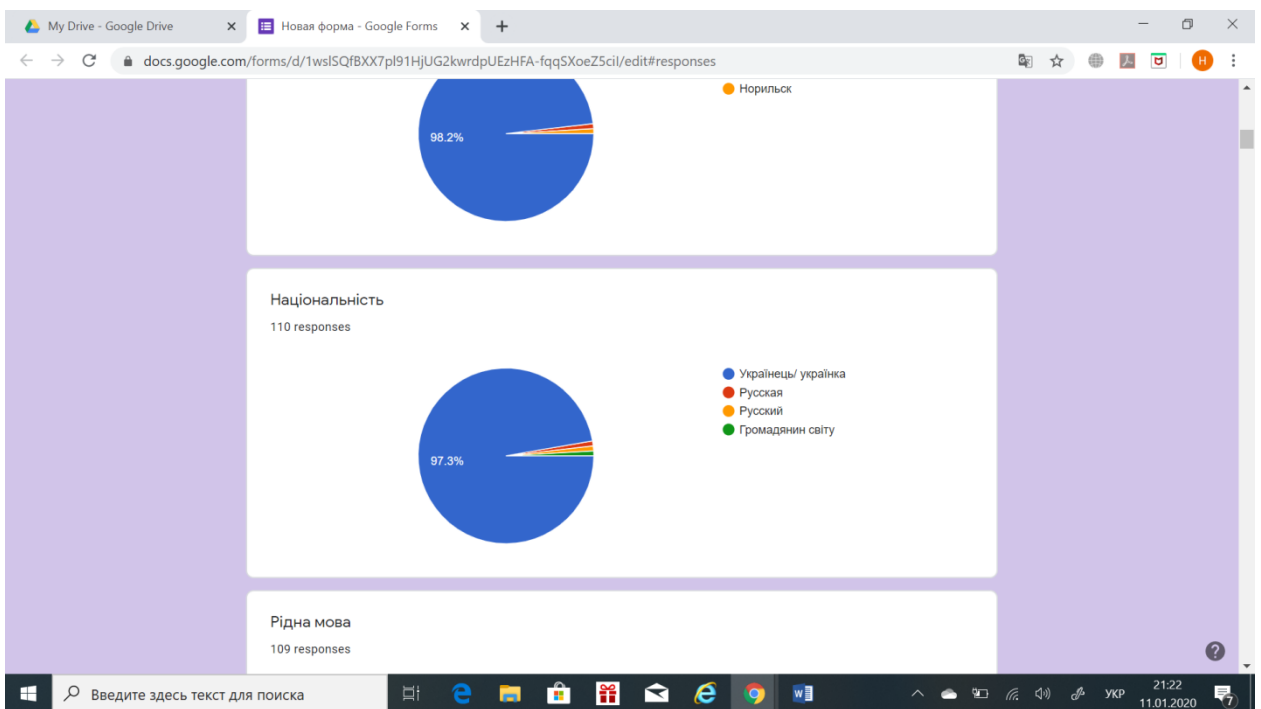
Четверте запитання стосувалося **національності** опитуваних.

Таблиця 4.7

Національність британських респондентів	Відсоток опитаних (%)
Англіїці	57,1%
Інше	42,9%



**Діаграм Національність респондентів-британців.**



**Діаграма 4 Національність респондентів-українців.**

Таблиця 4.8

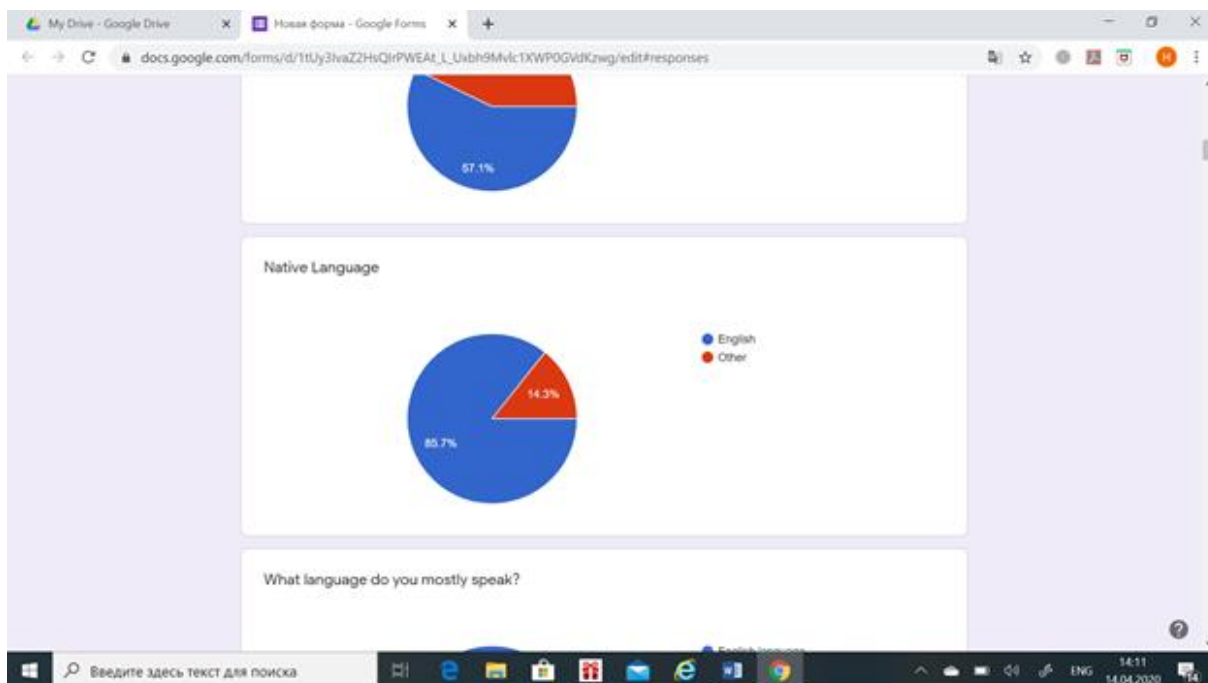
Національність українських респондентів	Відсоток опитаних (%)
Українці	97,3%
Росіяни	1,8%
Громадянин світу	0,9%

Основна частина 97,3% респондентів ідентифікували себе як англійці й українці, 1,8% британських респондентів вказали – інше, такий же відсоток українських респондентів є росіянами й 0,9% віднесли себе до “громадян світу”.

У п'ятому запитанні респондентам пропонувалося вказати **рідну мову**.

Таблиця 4.9

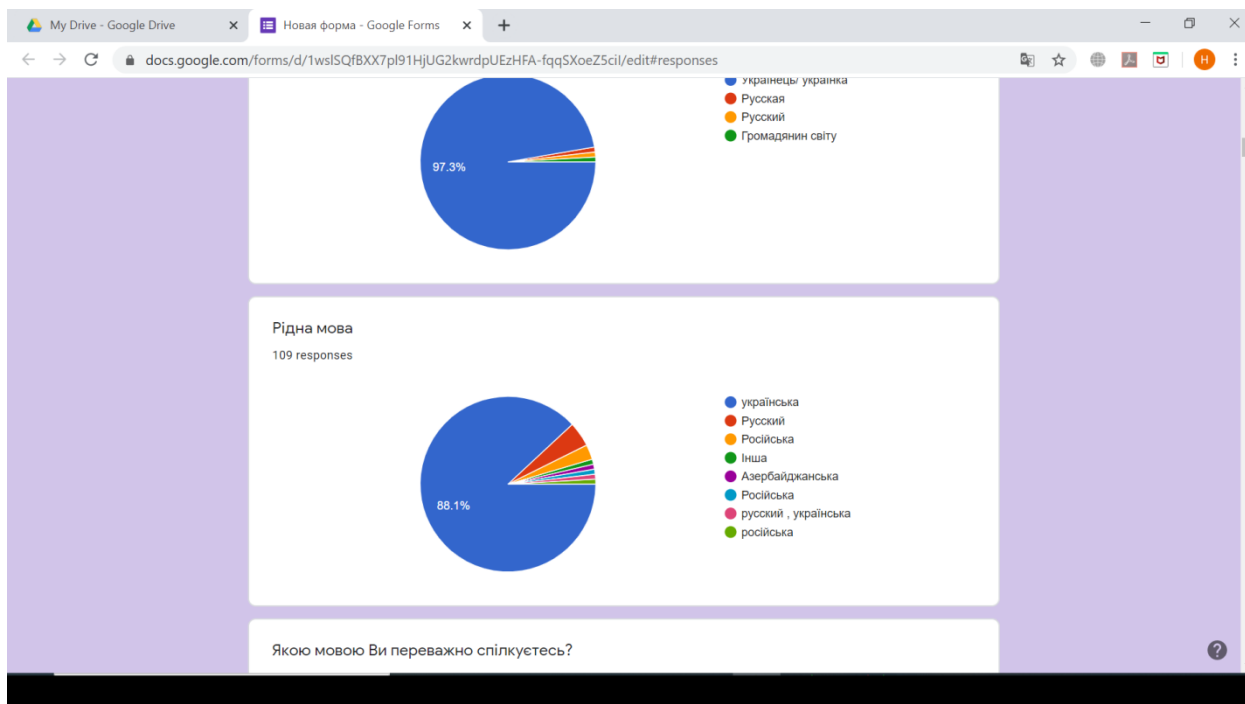
Рідна мова респондентів	Відсоток опитаних (%)
Англійська мова	85,7%
Інше	14,3%



#### Діаграма Рідна мова респондентів-британців.

Англійська мова є рідною для майже 86 % опитаних і лише для 14 % - інша мова, не вказана конкретно, на відміну від українців.





**Діаграма 5 Рідна мова респондентів-українців.**

Таблиця 4.10

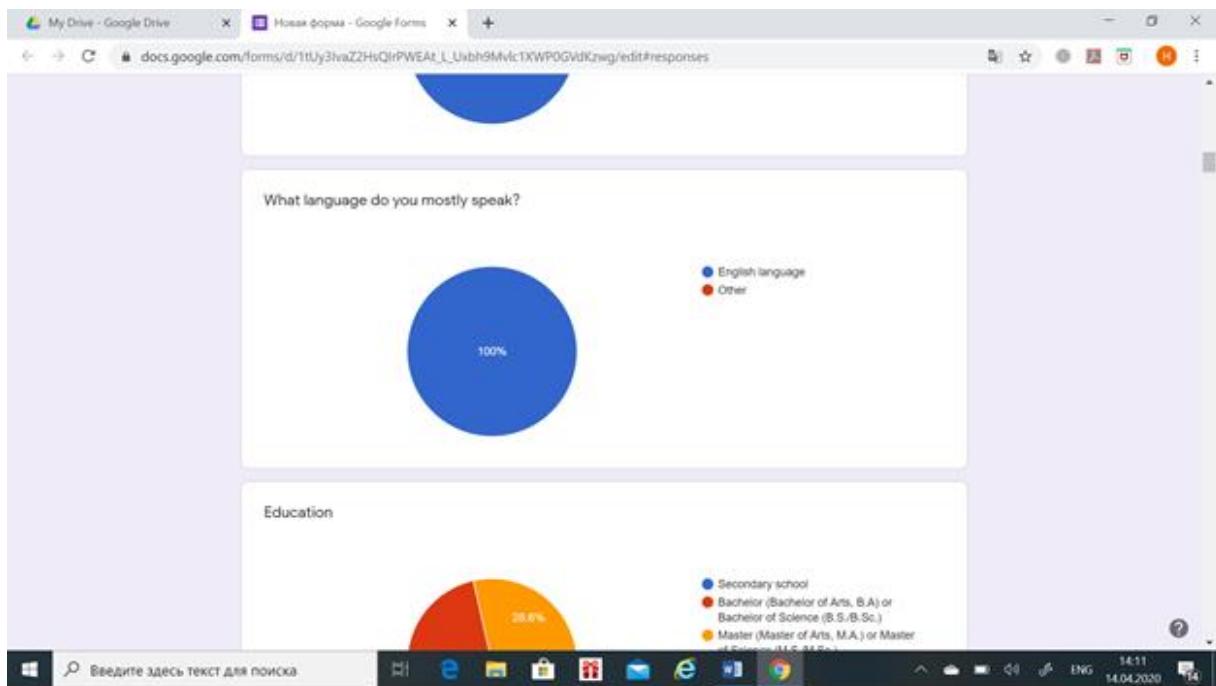
<b>Рідна мова респондентів</b>	<b>Відсоток опитаних (%)</b>
Українська	88,1%
Російська	9,2%
Українська і Російська	0,9%
Азербайджанська	0,9%
Інша	0,9%

Для дослідження було відібрано відповіді опитуваних, які були надані українською мовою і, відповідно, для кого вона була визнана рідною мовою. Така методика була використана при укладанні “Українського асоціативного словника: від стимулу до реакції” (С. Мартінек).

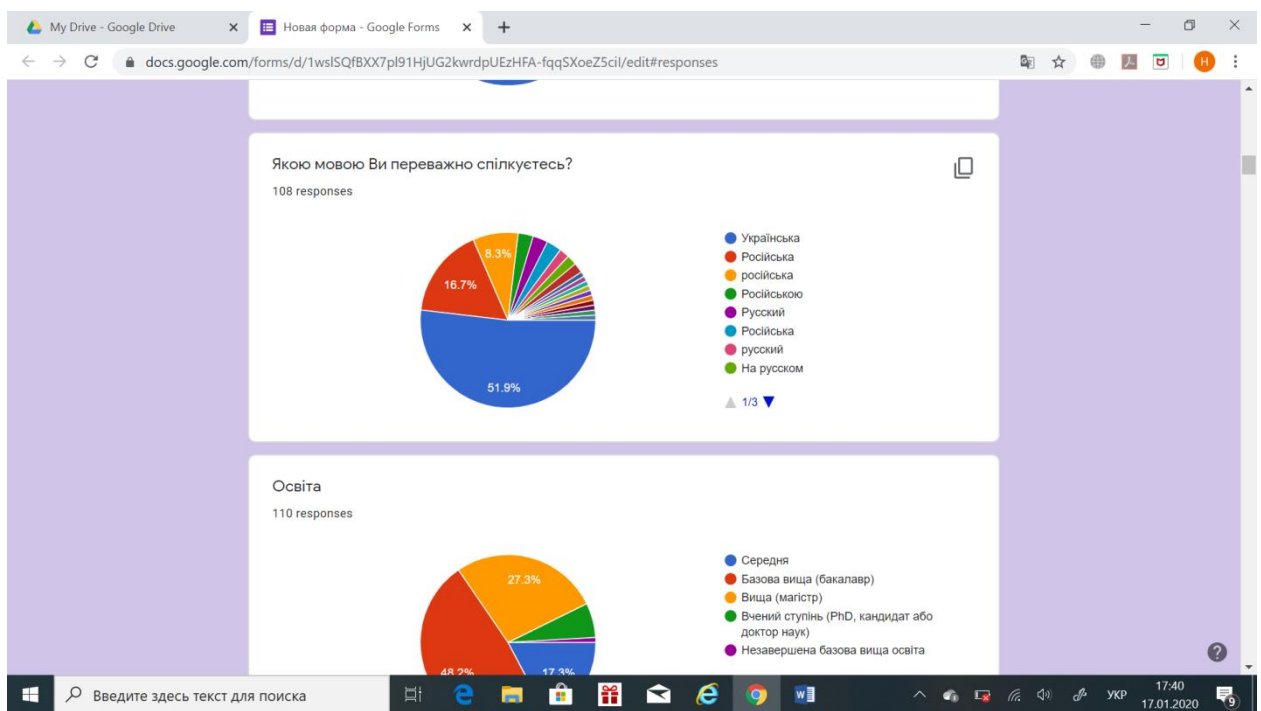
Відповідно, шосте запитання стосувалося того, **якою мовою** переважно спілкуються респонденти.

Таблиця 4.11

<b>Мова спілкування респондентів-британців</b>	<b>Відсоток опитаних (%)</b>
Англійська мова	100%



**Діаграма Мова спілкування респондентів-британців.**



**Діаграма Мова спілкування респондентів-українців.**

Таблиця 4.12

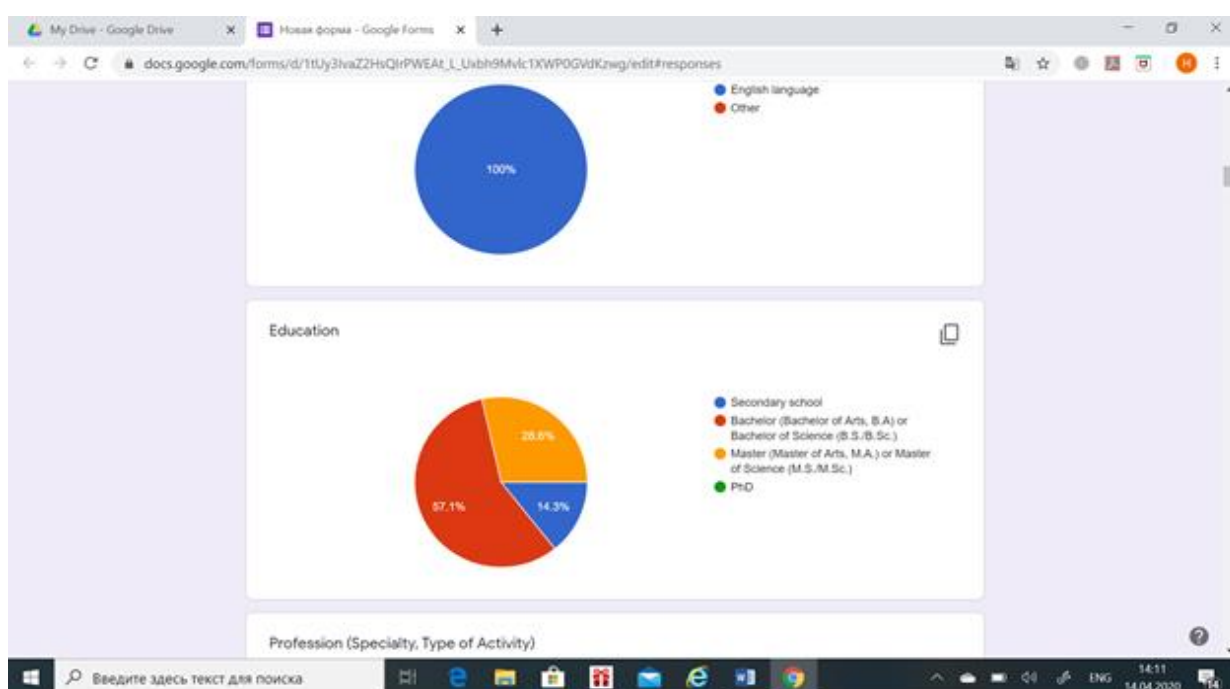
Мова спілкування респондентів	Відсоток опитаних (%)
Українська	51,9
Російська	41,7
Українська і Російська	2,7
Суржик	2,8
Інша	0,9

Результати відповідей українців показують, що серед них наявні й білінгви.

Сьоме запитання було пов'язане із **освітою** тих, хто брав участь в експерименті.

Таблиця 4.13

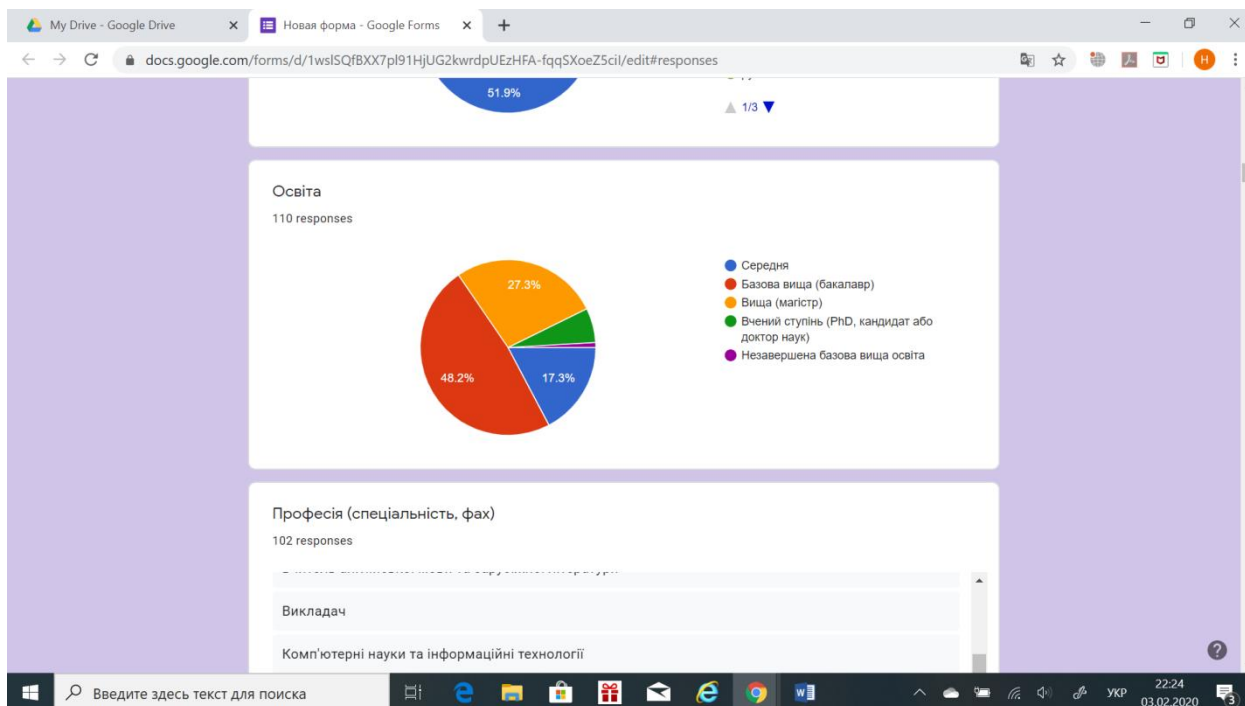
Освіта респондентів-британців	Відсоток опитаних (%)
Середня	14,3%
Вища (бакалавр)	57,1%
Вища (магістр)	28,6%



Діаграма Освіта респондентів-британців.

Таблиця 4.14

Освіта респондентів-українців	Відсоток опитаних (%)
Середня	17,3
Вища (бакалавр)	48,2
Вища (магістр)	27,3
Ступінь вищої освіти доктор філософії, науковий ступінь (PhD, кандидат або доктор наук)	6,4
Інше	0,8



### Діаграма Освіта респондентів-українців.

В експерименті загалом взяли участь респонденти з вищою освітою різних ступенів, а також ті, хто мають середню освіту (14,3% - британців і 17,3 – українців). Серед українців 6,4 % мають наукові ступені.

Восьме запитання передбачало отримання реакції щодо **професії, спеціальності або фаху** опитуваних.

Таблиця 4.15

Професія респондентів-британців	Відсоток опитаних (%)
Дослідник у галузі клінічних випробувань	21,4
Студент	28,6
Дипломат	7,1
Менеджер з продаж	28,6
Фінансовий (інвестиційний) адміністратор	14,3

Серед наданих відповідей британців є представники різних галузей виробництва, переважно економічно-фінансової сфери (43%), медичної – понад 20% та ін.

Таблиця 4.16

<b>Професія респондентів-українців</b>	<b>Відсоток опитаних (%)</b>
Викладач	53,6
Студент	10,1
Філолог (перекладач)	19,6
Інформаційні технології	6,8
Психолог	2,9
Промисловість, виробництво	2,8
Реклама, промоушн	2,8
Культура, мистецтво	1,4

Серед наданих відповідей українців 86,2% є представниками гуманітарної галузі знань, а також студентами спеціальностей, які до неї входять. Окрім того, 13,8% респондентів є фахівцями в галузі культури, промисловості та сучасних інформаційних технологій.

І, зрештою, дев'яте запитання, яке складалося з чотирьох пунктів, вже безпосередньо стосувалося дослідження реакцій опитаних, наданих на стимул “Інтерес”.

#### **4.3 Асоціативні поля стимулів “INTEREST / ІНТЕРЕС”, “THE MEANING OF THE INETEREST / ЗНАЧЕННЯ ІНТЕРЕСУ”, “THE RESULT OF THE INTEREST / РЕЗУЛЬТАТ ІНТЕРЕСУ” як мотиваторів ціннісних смислів британців і українців**

4.3.1 Асоціативні поля стимулів “INTEREST / ІНТЕРЕС”. Для оброблення отриманих результатів було залучено комп'ютерну програму – сервіс СТИМУЛУС [<http://stimulus.tools/uk/>], призначену для проведення асоціативних досліджень й описану в одній із

моїх публікацій із посиланням на її розробників [Стефанова], за допомогою якої було побудовано асоціативні поля “INTEREST/ІНТЕРЕС”.

У програму введено вербальні реакції, отримані в результаті проведення вільного асоціативного експерименту. Головною перевагою сервісу СТИМУЛУС є те, що в ньому закладено автоматичну (комп'ютерну) процедуру виявлення семантичного компонента, розроблену в роботі В.В. Левицького та Й.А. Стерніна “Експериментальные методы в семасиологии”. Ця процедура надає не лише кількісні показники кожної експериментально виділеної реакції на стимул, а й **індекс її яскравості**, що обчислюється як відношення кількості тих, хто виділив дану ознаку, до числа учасників експерименту.

Уведений у комп'ютерну програму етносеміотричний параметр дозволяє ранжувати семантичні компоненти за ступенем яскравості та виявити їх відносну ієрархію у структурі асоціативного поля стимулу [Левицький стор. 96]. На думку Й.А. Стерніна, ядерні реакції мають індекс яскравості не менш ніж 0,12-0,15, тимчасом реакції найближчої периферії – 0,10-0,04, дальньої периферії – 0,03-0,02 та крайньої периферії – 0,01 і нижче.

У Таблицях нижче наведено реакції побудованих асоціативних полів “INTEREST/ІНТЕРЕС” з ядерними та периферійними значеннями та індексом яскравості кожної реакції.

Аналізуючи надалі асоціативні зв'язки між наданими реакціями вже суто лінгвістичними методами, постає запитання щодо їх класифікації, які прийнято розподіляти 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 с. 92].

У координуваних парадигматичних асоціаціях можуть бути виділені відношення синонімії й антонімії. Тимчасом синтагматичні реакції можна

розділяти за граматичними частиномовними категоріями, наприклад: іменник – дієслово [...], іменник – прикметник тощо.

Широкий когнітивно-матричний контекст (М.М. Болдирев) асоціативних зв'язків дав змогу дослідникам припустити, що у свідомості носіїв мови найменування упорядковуються в асоціативні поля і що зв'язки, наприклад, парадигматичного типу [...] – це лише один із цих складних відношень в асоціативному полі [Сахарный с. 93].

У зв'язку з цим Л.В. Сахарний підтримує доцільність виділення також **тематичних асоціацій**, які можуть скласти разом зі стимулом мотивоване поєднання слів (при граматичній зміні слова-стимулу, або слова-реакції) в рамках тематично обмеженого контексту [Сахарный с. 93].

Враховуючи ці класифікації, а також параметри респондентів, здійснюємо етносеміотричний, зокрема і тематичний аналіз побудованих асоціативних полів “INTEREST / ІНТЕРЕС” як мотиваційної бази відображення ціннісних смислів мешканців Британських островів й України.

Таблиця 4.17

#### Асоціативні реакції британців на стимул “INTEREST/ІНТЕРЕС”

Реакції-асоціації	Кількість	Індекс яскравості
<b>Ядро</b>		
money	31	0,2039
independence	23	0,1513
<b>Периферія</b>		
hobby	14	0,0921
freedom	8	0,0526
study	7	0,0461
passion	5	0,0329
attention	5	0,0329
acceptance	5	0,0329
good humour	4	0,0263
success	4	0,0263
travel	3	0,0197
work	3	0,0197
books	3	0,0197
love	3	0,0197
fascination	3	0,0197
happiness	3	0,0197
friendship	3	0,0197

enjoy	2	0,0132
gain	2	0,0132
bank	2	0,0132
food	2	0,0132
self	2	0,0132
read	2	0,0132
enthusiasm	2	0,0132
payment	2	0,0132
news	2	0,0132
sport	1	0,0066
discipline	1	0,0066
home	1	0,0066
tradition	1	0,0066
intrigue	1	0,0066
companionship	1	0,0066
concern	1	0,0066
<b>Разом</b>	<b>152</b>	<b>1,0000</b>

Асоціативне поле “INTEREST” утворюють 153 реакції британських респондентів, з яких різними є 33. Найбільш кількісні реакції становлять ядро поля (*money* – 31 з ІЯ 0,2039 та *independence* – 23 з ІЯ 0,1513). Решта відповідей складають периферію поля. Серед респондентів, що надали відповіді представлені всі вікові інтервали, що брали участь в експерименті.

Лексему *money* надали респонденти різних вікових категорій: 17-23 роки – 11 респондентів, 24-30 років – 5, 31-39 років – 4, 40-49 років – 8 і 50+ – 3. Лексему *independence* – 6 респондентів віком від 17-23 років, 3 – від 24-30 років, 4 – від 31-39 років, 8 – від 40-49 років і 2 опитаних віком від 50+.

За професійним і освітнім спрямуванням лексему *money* зазначили студенти (4), фінансові адміністратори (10), менеджери з продаж (8), дослідники у галузі клінічних випробувань (5) і дипломатичні працівники (4). З-поміж них: середню освіту мають 4 респонденти, бакалаврську – 18 респондентів, магістерський рівень – 9. Лексему *independence* визначили 3 респонденти з середньою освітою, 13 – з бакалаврським рівнем і 7 – з магістерською освітою.

За гендерним параметром 20 представників чоловічої статі й 11 – жіночої визначили ядерну лексему *money*. 12 чоловіків і 11 жінок – лексему *independence*. 20 респондентів з 31, хто надав асоціат *money*, і 14



респондентів з 23 опитаних, які надали реакцію *independence*, ідентифікують себе англієцями. Всі респонденти зазначили англійську мову як рідну і як мову спілкування.

**Тематично асоціації об'єднані в 7 ЛСГ: 1 ЛСГ “Моральні якості”** (*independence, freedom, attention, acceptance, love, friendship, companionship*), **2 ЛСГ “Інтелектуальні здібності”** (*study, books, success, self, read, discipline, news*), **3 ЛСГ “Матеріальна вигода”** (*money, gain, bank, payment, work*), **4 ЛСГ “Розваги/Дозвілля”** (*hobby, travel, sport*), **5 ЛСГ “Емоційні відчуття”** (*passion, good humour, fascination, happiness, enjoy, enthusiasm, intrigue, concern*), **6 ЛСГ “Життєво необхідні речі”** (*food*), **7 ЛСГ “Родинні відносини”** (*home, tradition*).

За кількісними показниками (від 14 до 7), а також за ІЯ 0,0921-0,0461 до **найближчої периферії** відносимо лексеми, що входять до трьох ЛСГ: “Розваги/Дозвілля” (*hobby* – 14 респондентів з ІЯ 0,0921), “Моральні якості” (*freedom* – 8 респондентів з ІЯ 0,0526), “Інтелектуальні здібності” (*study* – 7 респондентів з ІЯ 0,0461).

Вікова параметризація для наданих опитаними реакцій ЛСГ “Розваги/Дозвілля” є такою: 17-23, 31-39 років – по 5 респондентів, 40-49 років – 4. За фаховим спрямуванням представлені студенти – 5 респондентів з середньою освітою, фінансові адміністратори – 4 респонденти і менеджери з продаж – 5 респондентів з бакалаврською освітою. Серед опитаних 9 чоловіків і 5 жінок. 12 респондентів зазначили, що рідною мовою є англійська мова, і 2 – рідною вважають іншу мову, але спілкування всіх 14 респондентів відбувається англійською мовою. За національною ознакою англієцями себе ідентифікують 9 респондентів.

У ЛСГ “Моральні якості” входять реакції, які надали опитані чотирьох вікових груп: 24-30, 31-39 років – по 2 респонденти, 40-49 років – 4, серед яких: дослідники в галузі клінічних випробувань – 2 – з магістерською освітою, менеджери з продаж і фінансові адміністраторами – по 3 респонденти з бакалаврською освітою. За гендерною ознакою – 5 чоловіків і

3 жінок. 5 респондентів за національною ознакою ідентифікують себе англієцями і 3 зазначили, що належать до іншої національності, але всі 8 опитаних визначили англійську мову як рідну і як мову спілкування.

Вікова параметризація для наданих опитаними реакцій ЛСГ “Інтелектуальні здібності” є такою: 17-23 роки – 5 респондентів і 40-49 років – 2. За професійною ознакою респонденти є студентами (5 респондентів) і дослідниками в галузі клінічних випробувань (2 респонденти). Середню освіту мають 3 респонденти, бакалаврську – 2 і магістерський рівень теж – 2. Всі респонденти народилися в Королівстві Великої Британії, за національною ознакою є англієцями з англійською мовою як рідною, так і мовою спілкування.

**Дальня периферія** мотиваційного поля “INTEREST” утворена реакціями у кількості від 5 до 4 з ІЯ 0,0329-0,0263, які входять до ЛСГ “Емоційний стан” (*passion* – 5 з ІЯ 0,0329, *good humour* – 4 з ІЯ 0,0263), “Моральні якості” (*attention* – 5 з ІЯ 0,0329, *acceptance* – 5 з ІЯ 0,0329) і “Інтелектуальні здібності” (*success* – 4 з ІЯ 0,0263).

Реакції до ЛСГ “Емоційний стан” надали респонденти віком від 17-23 років – 2, 24-30 років – 4 і 40-49 років – 3. За професійним спрямуванням до групи входять менеджери з продаж – 3 респонденти, фінансові адміністратори – 2, 1 – дослідник у галузі клінічних випробувань, 3 студенти. 2 респонденти мають середню освіту, 5 – бакалаврський рівень освіти і 2 – магістерський ступінь.

До ЛСГ “Моральні якості” увійшли реакції, які надали опитані вікових інтервалів від 31-39, 40-49 років – по 3, 50+ - 4, які працюють у дипломатичній сфері (4 респонденти), інвестиційними адміністраторами (3 респонденти), менеджерами з продаж (2 респонденти) і 1 дослідник у галузі клінічних випробувань. За освітнім рівнем серед них 6 респондентів є магістрами і 4 бакалаврами. За гендерною ознакою – 8 жінок і 2 чоловіків. За національною ознакою 7 респондентів вважають себе англієцями і 3 – іншої

національності з іншою рідною мовою, але всі респонденти спілкуються англійською мовою.

Реакції до ЛСГ “Інтелектуальні здібності” надали респонденти таких вікових інтервалів: 17-23 років (3) і 24-30 років (1), серед яких 3 студенти з середньою освітою і 1 респондент працює менеджером з продаж і має бакалаврську освіту. Реакції надані чоловіками.

**Крайня периферія** представлена реакціями у кількості від 3 згадувань до поодиноких з ІЯ від 0,0197 до 0,0066. Так, реакції з кількістю згадувань 3 та ІЯ 0,0197 належать до ЛСГ “Розваги/Дозвілля” (*travel* – 3 з ІЯ 0,0197), “Матеріальна вигода” (*work* – 3 з ІЯ 0,0197), “Інтелектуальні здібності” (*books* – 3 з ІЯ 0,0197), “Моральні якості” (*love* – 3 з ІЯ 0,0197, *friendship* – 3 з ІЯ 0,0197), “Емоційний стан” (*fascination* – 3 з ІЯ 0,0197, *happiness* – 3 з ІЯ 0,0197).

До ЛСГ “Розваги/Дозвілля” входять асоціати, які були надані респондентами двох вікових категорій: 24-30 років (1) і 50+ (2), двоє з яких чоловіки і одна жінка. За фаховим і освітнім спрямуванням респонденти належать до дослідників у галузі клінічних випробувань (2 респонденти) з магістерською освітою і 1 менеджер з продаж із бакалаврською освітою. За гендерною ознакою представлені 2 чоловіків і жінка. Один із респондентів за національною ознакою не належить до англійців, для якого рідною є інша мова, але спілкується він англійською мовою.

Вікова параметризація респондентів, які надали реакції до ЛСГ “Матеріальна вигода”, є такою: 24-30 років – (2) і 40-49 років – (1). Опитані мають бакалаврський рівень освіти і працюють менеджерами з продаж (2 жінки), а 1 чоловік – фінансовим адміністратором. Двоє народилися у Великій Британії і один респондент вказав інше місце народження, але мовою спілкування для всіх 3 респондентів є англійська.

Наступна ЛСГ “Інтелектуальні здібності” представлена відповідями 3 респондентів, які працюють у сфері клінічних досліджень (2) і дипломатичній галузі (1), вікових інтервалів від 31-39 років – (2) і 50+ (1),

двоє мають магістерську освіту і один – бакалаврську. За гендерною ознакою представлені 2 чоловіків і 1 жінка. Респонденти вказали, що є англійцями з рідною мовою і мовою спілкування англійською.

ЛСГ “Моральні якості” представлена відповідями респондентів вікових груп від 24-30 років (3), 31-39 років (2) і 40-49 років (1), які працюють дослідниками в галузі клінічних випробувань (2), менеджерами з продаж (2), фінансовими адміністраторами (1) і у дипломатичній сфері (1), мають бакалаврський (4 респонденти) і магістерський (2) рівні освіти. Відповіді надали 3 жінки і 3 чоловіків.

Остання ЛСГ “Емоційний стан” включає відповіді 6 респондентів, віком від 17-23 років (4) і 24-30 років (2), серед яких студенти (4 респонденти) з бакалаврською освітою, фінансовий адміністратор (1) і представник дипломатичної сфери (1) з магістерською освітою. 2 респонденти народилися поза межами Великої Британії, але рідною мовою вважають англійську мову. За гендерною ознакою представлені 4 чоловіків і 2 жінки.

Реакції у кількості 2 згадувань належать до чотирьох ЛСГ: “Емоційний стан” (*enjoy* – 2 з ІЯ 0,0132, *enthusiasm* – 2 з ІЯ 0,0132), “Матеріальна вигода” (*gain* – 2 з ІЯ 0,0132, *bank* – 2 з ІЯ 0,0132, *payment* – 2 з ІЯ 0,0132), “Життєво необхідні речі” (*food* – 2 з ІЯ 0,0132), “Інтелектуальні здібності” (*self* – 2 з ІЯ 0,0132, *read* – 2 з ІЯ 0,0132, *news* – 2 з ІЯ 0,0132).

ЛСГ “Емоційний стан” представлена реакціями 4 респондентів, віком від 17-23 років (1), 24-30 років (1) і 31-39 років (2), які є студентами з бакалаврським рівнем освіти (1 респондент), менеджерами з продаж (2 респонденти) і 1 дослідник у галузі клінічних випробувань з магістерським рівнем освіти. Серед них 1 чоловік і 3 жінки.

До ЛСГ “Матеріальна вигода” надали реакції 6 респондентів у вікових інтервалах від 31-39 років (1), 40-49 років (2) і 50+ (3), які зайняті у сфері продаж (4 респонденти), займаються фінансовим адмініструванням (2

респонденти), мають бакалаврський і магістерський ступінь освіти. За гендерним принципом переважають чоловіки – 5 респондентів.

Третя ЛСГ “Життєво необхідні речі” представлена відповідями 2 респондентів, віком від 17-23 років і 24-30 років.

Одна з опитаних навчається і має бакалаврський рівень освіти, інший, чоловік за статтю, працює в дипломатичній сфері і є також бакалавром. Обидва респонденти народилися на території Сполученого Королівства Великої Британії і зазначили англійську мову як рідну і як мову спілкування.

До четвертої ЛСГ “Інтелектуальні здібності” відносимо асоціати 6 респондентів, віком від 17-23 років (1), 24-30 років (2) і 40-49 (3), які навчаються і працюють у сфері продаж (3 респонденти), а також у лабораторіях із клінічних досліджень (2 респонденти). За гендерною ознакою представлені 4 чоловіків і 2 жінки.

**Поодинокі реакції на крайній периферії** асоціативного поля INTEREST представлені такими ЛСГ: “Моральні якості” (*discipline* – 1 з ІЯ 0,0066, *companionship* – 1 з ІЯ 0,0066), “Емоційний стан” (*intrigue* – 1 з ІЯ 0,0066, *concern* – 1 з ІЯ 0,0066), “Родинні зв’язки” (*home* – 1 з ІЯ 0,0066, *tradition* – 1 з ІЯ 0,0066), “Розваги/Дозвілля” (*sport* – 1 з ІЯ 0,0066).

ЛСГ “Моральні якості” представлена відповідями 2 опитаних, віком від 40-49 років і 50+, які працюють у галузі клінічних досліджень, мають бакалаврський і магістерський рівні освіти. Обидва респонденти чоловіки.

Друга ЛСГ “Емоційний стан” включає 2 асоціати, надані жінками у віковому інтервалі від 17-23 років, які мають бакалаврський рівень освіти і які народилися на території Сполученого Королівства Великої Британії.

До третьої ЛСГ “Родинні зв’язки” належать теж 2 асоціати респондентів, віком від 40-49 років і 50+. Опитані працюють у дипломатичній сфері й сфері клінічних досліджень і мають магістерську освіту. Для тих, хто надав відповіді в цій групі, англійська мова є рідною і мовою спілкування.

Остання ЛСГ “Розваги/Дозвілля” представлена відповіддю 1 респондента-чоловіка, віком від 40-49 років, який працює у сфері клінічних досліджень, має бакалаврську освіту і визначив англійську мову як рідну і як мову спілкування.

Підсумовуючи аналіз асоціативного поля INTEREST, утвореного асоціатами, наданими британцями, відзначимо, що це поле є двоядерним, кожне ядро якого відображає ціннісно значимі потреби британців, серед яких **матеріальні** цінності (*money*), які були визначені всіма віковими і професійними категоріями опитаних, а також **соціальні** потреби (*independence*). Це пояснюється сучасними інтересами британців і настроями, які домінували останнім часом у Британському суспільстві і, як наслідок, зумовили вихід країни з Європейського Союзу (Brexit). Метою цього виходу, як зазначив Прем'єр-міністр країни Борис Джонсон у своїй доповіді “The economic impact of Boris Johnson’s Brexit proposals” [<https://ukandeu.ac.uk/wp-content/uploads/2019/10/The-economic-impact-of-Boris-Johnsons-Brexit-proposals.pdf>], є повернення суверенітету й незалежності країни в прийнятті, в першу чергу, економічних рішень, а також зміни соціальних пріоритетів, пов’язаних із поверненням коштів під контроль держави.

Проаналізуємо реакції українців на стимул “ІНТЕРЕС”. Асоціативне поле “ІНТЕРЕС” складають 224 реакції українських респондентів, різними з яких є 55. Найбільш кількісні реакції становлять **ядро поля** (це *сім’я* (40 реакцій) з ІЯ 0,1786, що є навіть вищим, ніж пропонує Й.А. Стернін, та асоціат *здоров’я* (25 реакцій з ІЯ – 0,1116)), решта асоціатів утворюють гнучку **периферію**. Виходячи з отриманих реакцій, зазначимо, що асоціативне поле “ІНТЕРЕС” також є двоядерним. Кожне ядро цього поля не є однорідним у кількісному плані наданих реакцій респондентами різних вікових категорій: 17-23 роки – *сім’я* (28 респондентів), *здоров’я* (17), 24-30 років – *сім’я* (5), *здоров’я* (5), 31-39 років – *сім’я* (5), *здоров’я* (5), 40-49 років – *сім’я* (2) і *здоров’я* (1). А у віковій категорії 50+ вони взагалі не зафіксовані.

За професійним (фаховим) і освітнім спрямуванням в експерименті взяли участь студенти, вчителі/викладачі, філологи й перекладачі, спеціалісти у сфері інформатики, мистецтва, виробництва і реклами.

Таблиця 4.18

**Асоціативні реакції українців на стимул “ІНТЕРЕС”**

Реакції-асоціації	Кількість	Індекс яскравості
<b>Ядро</b>		
сім'я	40	0,1786
здоров'я	25	0,1116
<b>Периферія</b>		
кар'єра	14	0,0625
навчання	13	0,0580
кохання	13	0,0580
друзі	10	0,0446
самовдосконалення	9	0,0402
самореалізація	7	0,0313
подорожі	7	0,0313
розвиток	4	0,0179
відпочинок	4	0,0179
діти	4	0,0179
спорт	4	0,0179
свобода	4	0,0179
добро	3	0,0134
матеріальне забезпечення	3	0,0134
хоббі	3	0,0134
творчість	3	0,0134
книги	3	0,0134
ерудиція	3	0,0134
знайти себе в житті	3	0,0134
-	3	0,0134
гармонія	2	0,0089
натхнення	2	0,0089
улюблена справа	2	0,0089
нова інформація	2	0,0089
людяність	2	0,0089
фінансова винагорода	2	0,0089
процвітання	2	0,0089
комфортне життя	2	0,0089
життя	2	0,0089
робота	2	0,0089
комфортне життя	2	0,0089
безпека	2	0,0089
задоволення	1	0,0045
самоосвіта	1	0,0045
мир	1	0,0045
самовираження	1	0,0045

спокій	1	0,0045
спілкування	1	0,0045
культура	1	0,0045
мистецтво	1	0,0045
щастя	1	0,0045
духовний ріст	1	0,0045
батьки	1	0,0045
стиль	1	0,0045
Бог	1	0,0045
інтелектуальні люди	1	0,0045
справедливість	1	0,0045
гроші	1	0,0045
комп'ютерні ігри	1	0,0045
корисне дозвілля	1	0,0045
взаєморозуміння	1	0,0045
бути корисним для інших	1	0,0045
<b>Разом</b>	<b>224</b>	<b>1,000</b>

Серед представників цих професій ядерна лексема *сім'я* кількісно представлена так: вчителі/викладачі – 13 респондентів, серед яких 6 мають бакалаврську освіту, 6 – магістерську і 1 – науковий ступінь; студенти – 14 респондентів (2 – бакалаври, 12 – з середньою освітою), філологи/перекладачі – 5 респондентів, серед яких 1 з бакалаврською освітою і 4 – з магістерською. Лексема *здоров'я* була визначена 15 респондентами, які працюють вчителями/викладачами (бакалаврська освіта – 8, магістерська – 6, з науковим ступенем – 1), є студентами – 7 респондентів (бакалаврська освіта – 1, середня освіта – 6), філологами/перекладачами – 3 респонденти з магістерською освітою.

За гендерним параметром 36 представників жіночої статі визначили лексему *сім'я* як ядерну і 22 – лексему *здоров'я*. Серед чоловіків 4 – лексему *сім'я* і 3 – лексему *здоров'я*.

Респонденти, для яких лексема *сім'я* виявилася в ядрі поля, народилися в Україні (39) і Росії (1). Українську мову як рідну у відповідях зафіксували 36 респондентів, російську – 4 респонденти. Мовою спілкування тих, хто брав участь в експерименті, вказано: українську – 25 респондентів, російську – 11 респондентів, російську і українську – 1 респондент та суржик – 2 респонденти. 24 респонденти, для яких лексема *здоров'я* виявилася в ядрі



поля, народилися в Україні й 1 респондент у Росії. Українську мову вважають рідною 22 опитуваних і 3 – російську. Українською мовою спілкуються 15 респондентів, російською – 8, російською і українською – 1 респондент та суржиком – теж 1.

**Тематично** асоціації респондентів об'єднані в групу “Людина”, яка представлена 8 ЛСГ: **1 ЛСГ** “Родинний стан / близькі люди” (*сім'я, діти, батьки, друзі*); **2 ЛСГ** “Фізіологічні / фізичні якості” (*здоров'я, життя*); **3 ЛСГ** “Моральні якості” (*кохання, свобода, добро, людяність, безпека, улюблена справа, взаєморозуміння, щастя, мир, спокій, спілкування, спокій, бути корисним іншим*); **4 ЛСГ** “Духовні якості” (*знайти себе в житті, Бог, духовний ріст, справедливість*); **5 ЛСГ** “Інтелектуальні здібності” (*кар'єра, навчання, самовдосконалення, самореалізація, розвиток, книги, ерудиція, спорт, інформація, робота, самоосвіта, самовираження, інтелектуальні люди, корисне дозвілля, натхнення*); **6 ЛСГ** “Матеріальні вигода” (*матеріальне забезпечення, фінансова винагорода, процвітання, гроші, комфортне життя*) визначає біологічні потреби; **7 ЛСГ** “Естетична насолода” (*творчість, гармонія, культура, мистецтво, стиль, задоволення*) задовольняє соціальні потреби; **8 ЛСГ** “Розваги /Дозвілля” (*подорож, відпочинок, хоббі, комп'ютерні ігри*).

За кількісними показниками (від 14 до 9), а також за ІЯ (від 0,10-0,04) до **найближчої периферії** віднесено лексеми, що входять до трьох ЛСГ: ЛСГ “Інтелектуальні здібності” (*кар'єра* – 14 респондентів з ІЯ 0,0625; *навчання* – 13 респондентів з ІЯ 0,0580; *самовдосконалення* – 9 респондентів з ІЯ 0,0402); ЛСГ “Родинний стан/близькі люди” (*друзі* – 10 респондентів з ІЯ 0,0446), ЛСГ “Моральні якості” (*кохання* – 13 респондентів з ІЯ 0,05).

Вікова параметризація для реакцій ЛСГ “Інтелектуальні здібності” є такою: 17-23 роки – 12 респондентів, 24-30 років – 4 респонденти, 31-39 років – 2 респонденти; професійна: вчителі/викладачі – 8, філологи – 3, студенти – 2, представники виробничої галузі – 1, сфери реклами – 2,

комп'ютерної сфери – 1; освітня: бакалаврську освіту мають 8 респондентів, магістерську – 4. Серед опитаних 14 жінок і 2 чоловіків.

Вікова параметризація для реакцій ЛСГ “Моральні якості” виявилася такою: 17-23 роки (12 респондентів) і 24-30 років (1 респондент), з-поміж яких студентів – 7, філологів/перекладачів – 1, вчителів/викладачів – 3, представників промисловості – 1, працівників сфери мистецтва – 1. Повну середню освіту мають 6 опитуваних, бакалаврську – 3, магістерську – 4. Серед респондентів налічується 12 жінок і 1 чоловік. Всі респонденти народилися в Україні, 12 з яких за національністю є українцями і 1 опитуваний вказав, що є “громадянином світу”. Рідною мовою опитаних є українська (12) і російська (1), мовою спілкування респондентів – українська (9), російська (3), російська і українська (1).

Вікова параметризація для реакцій ЛСГ “Родинний стан/близькі люди”: 17-23 роки (8 реакцій), 31-39 років (1) і 40-49 років (1), серед яких вчителів/викладачів – 4, студентів – 2, філологів/перекладачів – 1, спеціалістів у комп'ютерній галузі – 2, у виробництві – 1. Бакалаврську освіту мають 4, магістерську – 4 та повну середню освіту – 2. Всі опитувані, які надали реакції цієї ЛСГ, – жінки, які народилися в Україні і за національністю теж ідентифікують себе українками. Рідною мовою опитаних є українська (10) і російська (1), мовою спілкування – українська (7), російська (2) і суржик (1).

**Дальня периферія** асоціативного поля “ІНТЕРЕС” утворена реакціями в кількісній семіометрії від 7-4 з ІЯ 0,0313-0,0179, що входять до чотирьох ЛСГ: ЛСГ “Інтелектуальні здібності” (*самореалізація* – 7 респондентів з ІЯ 0,0313, *розвиток* – 4 респонденти з ІЯ 0,0179, *спорт* – 4 респонденти з ІЯ 0,0179), ЛСГ “Розваги” (*подорожі* – 7 респондентів з ІЯ 0,0313, *відпочинок* – 4 респонденти з ІЯ 0,0179), ЛСГ “Моральні якості” (*свобода* 4 респонденти з ІЯ 0,0179), ЛСГ “Родинний стан/близькі люди” (*діти* – 4 респонденти з ІЯ 0,0179) і ЛСГ “Матеріальна вигода” (*комфортне життя* – 4 респонденти з ІЯ 0,0179).

Реакції ЛСГ “Інтелектуальні здібності” надали респонденти таких вікових інтервалів: 17-23 роки – 10 респондентів, 24-30 років – 2 респонденти, 31-39 років – 2 респонденти, 40-49 років – 1 респондент, категорія 50+ – відсутня. Це означає, що тенденція ціннісних пріоритетів (інтересів) українців молодого віку, переважно студентів та викладачів за фахом, до розвитку свого інтелектуального потенціалу зберігається. Це показують результати опрацьованих відповідей учасників експерименту на запитання про їхнє професійне спрямування та освіту: студенти – 3 респонденти, філологи/перекладачі – 4 респонденти, вчителі/викладачі – 5 респондентів, робітники промислової галузі – 3 респонденти, з-поміж яких середню освіту мають 2 респонденти, бакалаврами є 6 респондентів, магістрами – 7 респондентів. Цікаво, що тут асоціати належать лише жінкам, які всі народилися в Україні, є українцями за національністю і рідною мовою для них є також українська. Тимчасом мовою спілкування лише для 9 респондентів є українська, а для 6 – російська.

У ЛСГ “Розваги” включено реакції, надані представниками тільки двох вікових категорій 17-23 роки – 7 респондентів і 31-39 років – 4 респонденти, серед яких вчителі/викладачі – 8 респондентів, філологи/перекладачі – 2 респонденти, представники галузі комп’ютерних технологій – 1 респондент, що мають середню освіту – 1 респондент, бакалаврську здобувають 3 респонденти, магістрами є 6 респондентів і навіть 1 респондент з науковим ступенем. Всі опитані – це жінки, народжені в Україні, які також за національністю є українками і рідною мовою для яких є: українська – 9 респондентів, російська – 2 респонденти, мовою спілкування назвали українську – 7 респондентів, російську – 3 респонденти і суржик – 1 респондент.

Цікаве спостереження виявлено серед реакцій ЛСГ “Моральні якості”, що надали 4 респонденти лише однієї вікової групи від 17-23 років, які за професійним спрямуванням є вчителями/викладачами – 2 та філологами/перекладачами – 2. Бакалаврами є 3 та 1 респондент – магістр.

Всі опитані – жінки, народжені в Україні і за національністю ідентифікують себе українками, рідна мова для яких – українська, але 3 респонденти відзначили, що більшою мірою спілкуються російською мовою.

Наступна ЛСГ “Родинний стан/близькі люди” містить незначну кількість реакцій, наданих трьома віковими категоріями опитаних: 24-30 років – 2 респонденти, 31-39 років – 1 респондент, 40-49 років – 1 респондент, з-поміж яких немає вже першої вікової групи, бо для них сім’я є основною цінністю, а не такою, що перебуває на периферії їхніх мотиваційних потреб. Тут реакції надали вчителі/викладачі – 2, студенти – 1 та представники виробничої сфери – 1, які мають середню – 1 та магістерську освіту – 3. Респонденти є жінками, народженими в Україні, які за національністю теж є українками. Рідною мовою для всіх опитаних є українська. Мовою спілкування 2 респонденти вказали українську, 1 респондент – російську і ще 1 респондент не назвав мову спілкування.

Четверта ЛСГ “Матеріальна вигода” утворена реакціями дальньої периферії асоціативного поля на слово-стимул “Інтерес”, які надали дві вікові категорії опитаних: 17-23 роки – 3 респонденти та 40-49 років – 1 респондент. Серед опитаних вчителі/викладачі – 3 респонденти і філологи – 1 респондент, з яких бакалаврську освіту мають 3 і магістерську – 1, жінками є 3 і 1 чоловік. Усі народилися в Україні, є українцями, для яких рідною мовою теж є українська. Проте, мовою спілкування 2 респонденти вказали, що є українська, а 2 – російська.

**Крайня периферія** є більш неоднорідною і представлена реакціями від 3 і 2 згадувань в анкетах до загалом поодиноких, які за ІЯ 0,0134-0,0045 належать до шістьох ЛСГ, що свідчить про їхню мотиваційну смислову різноманітність.

Так, реакції з кількістю згадувань 3 та ІЯ 0,0134 належать до ЛСГ “Моральні якості” (*добро* – 3 респонденти з ІЯ 0,0134), ЛСГ “Матеріальна вигода” (*матеріальне забезпечення* – 3 респонденти з ІЯ 0,0134), ЛСГ “Розваги” (*хобі* – 3 респонденти з ІЯ 0,0134), ЛСГ “Естетична насолода”

(*творчість* – 3 респонденти з ІЯ 0,0134 ), ЛСГ “Інтелектуальні здібності” (*книги* – 3 респонденти з ІЯ 0,0134, *ерудиція* – 3 респонденти з ІЯ 0,0134), ЛСГ “Духовні якості” (*знайти себе у житті* – 3 респонденти з ІЯ 0,0134). Ці асоціати свідчать про те, що респонденти, які їх надали, перебувають на стадії визначення своїх мотиваційних потреб і інтересів або в житті яких не все склалося за їхніми бажаннями. Цікаво, що реакції, які б демонстрували мотивацію до сімейних цінностей, навіть поодинокі, тут взагалі відсутні.

До ЛСГ “Моральні якості” входять асоціати, які надали респонденти лише однієї вікової категорії від 17-23 років – 3 респонденти, двоє з яких – жінки і один – чоловік. Це підтверджує зроблене припущення про те, що це молодь, яка перебуває у пошуку своїх інтересів і ще не визначилася із ціннісними пріоритетами. За професійним спрямуванням це вчителі – 2 респонденти і 1 філолог, які мають бакалаврську освіту, є українцями, що народилися в Україні і рідною мовою для них теж є українська, хоча мовою спілкування 1 респондент назвав українську і 2 – російську.

Реакції ЛСГ “Матеріальна вигода” надали 3 респонденти вікових категорій 17-23 роки – 1 респондент, 24-30 – 1 респондент, 40-49 – 1 респондент, серед яких жінки – 2, чоловіки – 1. 2 респонденти є викладачами-магістрами, 1 респондент – студентом із середньою освітою. Місцем народження опитаних є Україна, рідною мовою вони назвали українську. Мовою спілкування 2 респонденти зазначили українську і 1 – російську.

Реакції у кількості 2 згадувань належать до п'ятих ЛСГ: ЛСГ “Естетична насолода” (*гармонія* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089), ЛСГ “Інтелектуальні здібності” (*натхнення* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089, *нова інформація* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089, *робота* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089), ЛСГ “Моральні якості” (*улюблена справа* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089, *людяність* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089, *безпека* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089), ЛСГ “Матеріальна вигода” (*фінансова винагорода* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089, *процвітання* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089), ЛСГ “Фізіологічні/фізичні

якості” (*життя* – 2 респонденти з ІЯ 0,0089). Остання ЛСГ очевидно утворена реакціями опитаних, для яких життя як загальна цінність, хоч і згадана ними на периферії їхніх мотиваційних інтересів, але тим не менш, залишається стійким архетипно-стереотипним феноменом.

У ЛСГ “Естетична насолода” входять реакції, які надали опитані віком від 31-39 років – 1 та від 40-49 – 1, які працюють викладачами, мають бакалаврський ступінь – 1 та науковий ступінь теж 1, народилися в Україні і рідною мовою для яких є українська.

Серед респондентів, які надали реакції, віднесені до ЛСГ “Інтелектуальні здібності”, 3 належать до вікової категорії від 17-23 років, 1 – від 24-30 років і 1 – від 40-49 років. 3 є вчителями/викладачами, 1 – студентом, 1 – працівником у сфері комп’ютерних технологій. Середню освіту має 1 респондент, бакалаврами є 3 і 1 – магістром. 4 реакції надали жінки та 1 – чоловік. Всі респонденти народилися в Україні, за національністю ідентифікують себе як українці (4 респонденти) і громадянином світу себе вважає 1 респондент. Рідною мовою українську визначили 4 респонденти і 1 респондент – російську. Мовою спілкування для 3 респондентів є українська, для 2 – російська.

Реакції, що включені до ЛСГ “Моральні якості”, надали респонденти тільки однієї вікової категорії 17-23 роки. Це 5 респондентів, 1 з яких працює у сфері комп’ютерних технологій, 3 – вчителями/викладачами і 1 студентка. Середню освіту мають 2 респонденти, бакалаврську – 3. Всі опитані – жінки, які народилися в Україні й ідентифікують себе українками. Для 4-х опитаних рідною мовою і мовою спілкування є українська, але одна з респонденток зазначила, що переважно спілкується російською мовою.

ЛСГ “Матеріальна вигода” включає відповіді 4 респондентів, віком від 17-23 років – 3 респонденти, від 31-39 років – 1 респондент, серед яких 2 вчителів/викладачів – та 2 філологів. Бакалаврську освіту має 1 респондент, магістерську – 2 і навіть науковий ступінь – 1. Всі опитані народилися в

Україні, є українцями, рідною мовою і мовою спілкування назвали теж українську.

ЛСГ “Фізіологічні/фізичні якості” включає відповіді-асоціати 2 респондентів вікової категорії від 31-39 років і 40-49 років, 1 з яких працює викладачем, 1 – на виробництві, 1 має науковий ступінь і 1 – бакалаврський. 1 респондент – це чоловік і одна опитана є жінкою, які народилися в Україні і є українцями. Рідною мовою і мовою спілкування для них є українська.

**Поодинокі реакції на крайній периферії** асоціативного поля “Інтерес” представлені в усіх його ЛСГ. Найчисленнішою серед поодиноких реакцій є ЛСГ “Моральні якості” (*мир* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *спокій* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *спілкування* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *щастя* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *взаєморозуміння* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *бути корисним для інших* – 1 респондент з ІЯ 0,0045), сформована відповідями 5 респондентів вікових категорій від 17-23 років (4 респонденти) та 31-39 років (1 респондент). Це вчителі/викладачі – 4, студенти – 1, які мають середню освіту – 1, бакалаврську – 1 і 3 є магістрами. 4 респондентів – це жінки, 1 чоловік, які народилися в Україні і є українцями. Рідною мовою опитані назвали українську, але 2 респондентів переважно спілкуються російською мовою.

У ЛСГ “Інтелектуальні здібності” (*самоосвіта* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *самовираження* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *інтелектуальні люди* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *корисне дозвілля* – 1 респондент з ІЯ 0,0045) реакції надали респонденти вікових інтервалів від 17-23 років – 3 респонденти і від 24-30 років – 1 респондент, серед яких вчителі/викладачі – 2 респонденти, філологи – 1 респондент та 1 студент. Середню освіту має 1 респондент, бакалавром є 1 респондент, магістрами – 2 респонденти, які народилися в Україні і є українцями. Рідною мовою для цих респондентів є українська, тимчасом мовою спілкування для 2 респондентів є російська.

ЛСГ поодиноких реакцій “Естетична насолода” (*задоволення* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *культура* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *мистецтво* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *стиль* – 1 респондент з ІЯ 0,0045) сформована лише однією віковою групою опитаних від 17-23 років (4 респонденти), серед яких 2 вчителів/викладачів, 1 студент, 1 працює у мистецькій сфері. Середню освіту має 1 респондент, бакалавром є теж 1 респондент та 2 – магістрами, з яких жінок – 3, чоловіків – 1, що визначив свою національність як “громадянин світу”. Решта опитуваних народилися в Україні, рідною мовою 3 респонденти зазначили українську і 1 – російську. Спілкуються опитувані українською мовою (2 респонденти) і російською (2 респонденти).

ЛСГ “Духовні якості” (*Бог* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *духовний ріст* – 1 респондент з ІЯ 0,0045, *справедливість* – 1 респондент з ІЯ 0,0045) представлена респондентами вікових категорій від 17-23 років – 2 та 50+ – 1, перші з яких які є вчителями/викладачами та 1 філологом/перекладачем. Відповідно, бакалаврами є 2 респондентів-жінок, магістрами – 1 чоловік, які народилися в Україні і є українцями. Для всіх, хто надав відповіді, рідною мовою є українська, 2 респонденти зазначили мовою спілкування російську і 1 спілкується двома мовами – російською і українською.

ЛСГ “Родинний стан/близькі люди” доповнена на крайній периферії 1 реакцією респонденти – словом *батьки* з ІЯ 0,0045 вікової категорії від 31-39 років, що є викладачкою-жіночої статі з освітнім рівнем магістр, яка народилася в Україні і є українкою. Рідна мова її є українська, проте мовою спілкування – російська.

ЛСГ “Матеріальна вигода” теж представлена 1 реакцією *гроші* з ІЯ 0,0045 вікової категорії від 17-23 років, що є філологом-жінкою за фахом, магістром, яка народилася в Україні. Рідною мовою її є українська, натомість мовою спілкування – суржик.

ЛСГ “Матеріальні вигода” (гроші з ІЯ 0,0045) включає 1 респондента у віковому інтервалі 17-23 роки, студент бакалавр жіночої статі. У відповіді



було зазначено, що місцем народження є Україна, за національністю респондент – українка. Рідною мовою і мовою спілкування є українська мова.

Про це свідчать їхні асоціації, опрацювання яких показало, що до першочергових за значенням мотиваційних інтересів українці відносять **соціальні потреби**, зокрема *сім'ю*. Біологічні потреби, першочерговою і надважливою з яких є *здоров'я*, становлять також ціннісні доміанти українських опитаних, і, що важливо, для тих респондентів, що спілкуються переважно іншою (російською) мовою. До надважливих значимостей опитані відносять також *навчання і кар'єру*, які є семантично дотичними до ядерного асоціата *сім'я* і його гіпоніма *діти*. Інші першочергові й надважливі за значимістю інтереси опитаних пов'язані із соціальними: індивідуальними і колективними (*освіта, кар'єра, успіх, розвиток, друзі, свобода*), біологічними (*життя*), духовними (*книги, спокій, відпочинок*) категоріями цінностей. Уже в найближчій периферії простежується тенденція до більшої ціннісної значимості для українців **індивідуальних** потреб, особливо віком від 17-23 років, які є студентами або вчителями/викладачами за фахом. До першочергових і надважливих, хоча і в меншій кількості реакцій, опитані відносять і матеріальні цінності. Ці ж тенденції простежуються і на периферії мотиваційних інтересів опитаних мешканців України всіх вікових категорій. Дальня периферія представлена реакціями, які свідчать про значимість усіх трьох типів потреб: індивідуальних, соціальних, і біологічних, проте зі збереженням тенденції до більшої значимості перших. Реакції, які складають крайню периферію асоціативного поля “Інтерес”, за ІЯ належать до тих, що відображають ціннісну значимість теж індивідуальних потреб опитаних, потім – соціальних і найменшими за кількістю виявилися реакції, які свідчать про цінність біологічних потреб для респондентів.

З проведених спостережень випливає попереднє припущення про те, що чим далі від ядра реакцій, тим зменшується ціннісна значимість біологічних потреб для опитуваних мешканців України. Це пояснюється не тим, що, наприклад, здоров'я не є першочерговою цінністю для українців, а,

скоріше за все, їх життєвими пріоритетами у визначенні значимості й порядку цих потреб, виходячи з усвідомленого розуміння того, що здобуття освіти і кар'єра як індивідуальні мотиваційні інтереси для людини є запорукою для створення сім'ї і, звісно, здорового способу життя, і, як наслідок, відчуття задоволення.

Загалом в результаті зіставлення ядерних реакцій респондентів на стимули INTEREST/ ІНТЕРЕС установлено, що для британців домінантами є **матеріальні** цінності (*money*) і **соціальні** (*independence*), на відміну від українців, першочерговими для яких є **соціальні** (*сім'я*) та **біологічні** потреби (*здоров'я*).

Відображенням колись спільних етнічних індоєвропейських ціннісних констант є асоціати ЛСГ “Родинні стосунки” (*home*), надані як поодинокі реакції британців крайньої периферії поля, та ядро асоціативного поля українців, представленого асоціатом (*сім'я*) також ЛСГ “Родинний стан/близькі люди”. Лексема *home*, крім значення “дім, квартира, апартаменти, де проживає людина, особливо разом з сім'єю”, “місто, район, країна звідки походить або проживає людина”, має значення “сім'я, яка проживає разом”, що свідчить про перехресні семантичні переходи *home* і українського асоціата *сім'я*.

Асоціат *свобода*, що входить до спільної ЛСГ “Моральні цінності” і розташований на дальній периферії поля мотиваційного стимулу “Інтерес”, корелює з асоціатом *freedom*, але він у свідомості британців посідає найближчу периферію, або навколоядерну зону їхніх ціннісних мотивацій у житті. Тимчасом асоціат крайньої периферії *love* цієї ж ЛСГ корелює з його українським відповідником *кохання*, проте в українських відповідях ця реакція посідає зону найближчої периферії, вочевидь як така, що тісно пов'язана з ядерним асоціатом *сім'я*.

ЛСГ “Інтелектуальні здібності” представлена спільними асоціатами *study* і *навчання*, які в обох асоціативних полях розташовані ближче до ядра – в зонах найближчої периферії. Реакції *книги* і *books / read* теж є повними

відповідниками й перебувають у зонах крайньої периферії асоціативних полів британців і українців.

Реакції *payment* і *фінансова винагорода*, які були об'єднані в ЛСГ “Матеріальна вигода”, є теж спільними і перебувають в зонах крайньої периферії кожного з асоціативних полів.

Асоціати *hobby* й *хоббі*, об'єднані в ЛСГ “Розваги/Дозвілля”, в обох асоціативних полях посідають зону ближньої периферії. Те саме спостерігається й у реакціях *travel* і *подорожі*, які неочікувано потрапили до зони навіть крайньої периферії асоціативного поля британців і до зони дальньої периферії асоціативного поля українців.

Ці попередні підсумкові припущення можна перевірити за відповідями респондентів на наступне запитання, яке було запропоноване в анкеті, зокрема, яке ж значення мають для них вище названі ними інтереси, що репрезентують 3 категорії цінностей: 1) матеріальні, 2) соціальні й 3) духовні.

#### 4.3.2 Асоціативні поля “THE MEANING OF THE INTEREST / ЗНАЧЕННЯ ІНТЕРЕСУ”.

Таблиця 4.19

##### Асоціативні реакції на стимул “The MEANING of the INTEREST”

Асоціація	Кількість	Індекс яскравості
<b>Ядро</b>		
broaden my experience	47	0,3310
<b>Периферія</b>		
is a true reflection of myself and others	21	0,1479
they make me happy	18	0,1268
making the most out of life	18	0,1268
calm	15	0,1056
my life on a daily basis	12	0,0845
sharing experiences with people	7	0,0493
being kind	4	0,0282
<b>Разом</b>	<b>142</b>	<b>1,0000</b>

В асоціативному полі “The MEANING of the INETEREST” представлено 142 реакції, надані 102 респондентами. 3 респонденти відмовилися відповідати. Ядро становлять **47 реакцій**, надані **36** респондентами, які вони вважають *першочерговими* за значенням для реалізації своїх мотиваційних інтересів і які сформульовані у вигляді загальної архісеми як ‘збагачення власного досвіду’ з ІЯ 0,3310, надавши до неї такі асоціати: *money, independence, study, travel, books, self, read, acceptance*.

Серед 36 респондентів 18 назвали лексему *independence* і 14 респондентів – *money*. Це означає, що ці категорії мають окрім першочергового ще й надважливе значення для їхніх мотиваційних життєвих інтересів. Реакції надали респонденти всіх вікових категорій: від 17-23 років (10), 24-30 років (7), 31-39 років (6), 40-49 років (10), 50+ (3). З-поміж цих опитаних, два респонденти з 36, які надали інші реакції: *self* і *acceptance*, народилися не на території Великої Британії, за національною ознакою не є британцями, але рідною мовою і мовою спілкування вважають англійську. За гендерною ознакою чоловіки надали 22 реакції і жінки – 14.

До **найближчої периферії** за кількістю реакцій і ІЯ відносимо одночасно 6 категорій реакцій, 3 з яких мають навіть більший індекс яскравості ніж для цієї частини периферії асоціативного поля ніж визначає Й.А. Стернін: 1) “is a true reflection of myself and others” (21 асоціат з ІЯ 0,1479), 2) “they make me happy” (18 асоціатів з ІЯ 0,1268), 3) “making the most out of life” (18 асоціатів з ІЯ 0,1268), 4) “calm” (15 асоціатів з ІЯ 0,1056), 5) “my life on a daily basis” (12 асоціатів з ІЯ 0,0845), 6) “sharing experiences with people” (7 асоціатів з ІЯ 0,0493).

Перша категорія реакцій “is a true reflection of myself and others”, надана 16 респондентами, включає такі асоціати: *independence, freedom, acceptance, good humour, love, food, payment*. В даній категорії зберігається ядерний асоціат *independence* (5 респондентів), а також найбільш кількісною виявилася реакція *freedom* (6 респондентів). У представлених лексемах

збігаються значення “право на вільне вираження думок, дій”, “політична незалежність”, а тому їх можна кваліфікувати як синоніми [Collins English Thesaurus, p. 239, 295]. У найближчій периферії спостерігається актуалізація першочерговості значення понять “свобода” і “незалежність” за рахунок надання респондентами абсолютних/повних синонімів.

Також синонімічною до ядерної лексеми *money*, яка не була зазначена в цій частині периферії, можна вважати лексему *payment* (1 респондент) у значенні “a sum of money paid or expected to be paid” [OAD, p.931].

Серед респондентів, що надали відповіді, представлені всі вікові категорії, але найбільшу кількість становлять асоціати респондентів віком від 40-49 років. З 16 опитаних, які надали ці реакції, 6 респондентів зазначили інше місце народження і національність, однак рідною мовою і мовою спілкування для них є англійська. Крім того 2 опитаних з цих 6 визначили ядерну лексему *independence*, що свідчить про те, що на них не вплинув факт іншого місця народження й іншої національної приналежності. За гендерною ознакою 9 респондентів є чоловіками і 7 – жінками.

До другої категорії реакцій “they make me happy”, що була визначена 13 респондентами, увійшли такі асоціати: *hobby, passion, good humour, love, enjoy*, а також зберігається ядерний асоціат *money* (2).

2 респонденти з 13 опитаних зазначили, що не народилися на території Великої Британії, але рідною мовою для них є англійська. Надані ними реакції збігаються з тими, що надали респонденти, які народилися в Британії і є англійцями за національною ознакою. За гендерним принципом представлено 8 жінок і 5 чоловіків.

Наступна категорія “making the most out of life” надана 12 респондентами. Це такі асоціати, як *success, enthusiasm, hobby* і ядерна лексема *money* (9). 2 з опитаних, які надали реакції в цій категорії, вказали інше місце народження і свою національну ознаку, відмітивши при цьому англійську мову як рідну. Один з таких опитаних надав ядерну лексему

*money* як першочерговий за значенням свій мотиваційний інтерес. Відповіді представили 5 жінок і 7 чоловіків.

Четверта категорія “calm” представлена реакціями 10 респондентів: *attention, work, bank, payment* і ядерною лексемою *money* (5). Відповіді надали менеджери з продаж – 5 респондентів, фінансові адміністратори – 4 респонденти і 1 представник у галузі клінічних досліджень, 6 з яких мають бакалаврський ступінь освіти і 4 респонденти є магістрами. Вікова параметризація опитаних є такою: 24-30 років – 3 респонденти, 31-39 років – 2 респонденти, 40-49 років – 3 респонденти і 50+ - 2 респонденти. Серед опитаних – 7 чоловіків і 3 жінок.

До п'ятої категорії “my life on a daily basis” належать асоціати *news, work, tradition, books, gain, sport, intrigue*, які надали 8 респондентів. Тут також наявний асоціат *freedom* (2), що, як уже було зазначено вище, є абсолютним синонімом до ядерної лексеми *independence*. Реакції отримані від респондентів віком від 17-23 років (1 респондент), 24-30 років (2 респонденти), 40-49 років (5 респондентів), які навчаються (1 респондент) і працюють у сфері продаж (4 респонденти) і клінічних досліджень (3 респонденти). Опитані здобули середню освіту (1 респондент), бакалаврський (5 респондентів) і магістерський ступінь (2 респонденти). За гендерною ознакою серед опитаних – 3 жінок і 5 чоловіків.

Остання категорія найближчої периферії “sharing experiences with people” представлена асоціатами *happiness, friendship, concern*, які були надані 7 респондентами лише двох вікових груп: від 17-23 років (5 респондентів) і 24-30 років (2 респонденти), які навчаються (5 респондентів) і працюють у дипломатичній (1 респондент) і фінансовій (1 респондент) сферах. Відповіді надали 4 жінок і 3 чоловіків.

До дальньої периферії відносимо категорію “being kind”, надану 3 респондентами з трьома асоціатами: *attention, home, companionship*. Реакції надали представники двох вікових інтервалів: від 40-49 років (1 респондент) і 50+ (2 респонденти), які мають бакалаврський (1 респондент) і магістерський

(2 респонденти) рівень освіти і працюють у галузі клінічних досліджень. Жінок, які надали відповіді, – 2, чоловіків – 1.

Як бачимо, зона крайньої периферії у цьому асоціативному полі відсутня, що може свідчити про чіткість розуміння порядку значення мотиваційних інтересів для опитаних британців.

Українські респонденти на відміну від британських у категоріях реакцій як відповідей на сформульоване запитання чітко вказали, які потреби для них є **першочерговими** за значимістю, які **надважливими** (відповідно, не можуть бути класифіковані за порядком), а які, за результатами опрацювання, опинилися на **периферії** ціннісно-мотиваційних значимостей.

Асоціативне поле наданих реакцій включає 9 категорій, з яких ядерні реакції увійшли до першочергових і надважливих, решта 7 становлять гнучку периферію.

В асоціативному полі “Значення” представлено 219 реакцій, наданих 110 респондентами, з-поміж яких 10 відмовилися відповідати.

Таблиця 4.20

#### Асоціативні реакції на стимул “ЗНАЧЕННЯ ІНТЕРЕСУ”

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
першочергове	99	0,4521
надважливе	76	0,3470
<b>Периферія</b>		
вітальні	12	0,0548
-	10	0,0457
задоволення	8	0,0365
сенс існування	5	0,0228
гармонія	5	0,0228
успішність	2	0,0091
розвиток	1	0,0046
можливість розвитку	1	0,0046
<b>Разом</b>	219	1,0000

Відмову відповідати в експериментальних дослідженнях розглядають також як реакцію, особливо в отриманих тут результатах, бо відсутність наданих реакцій становить 1%. Це можна пояснити таким припущенням, яке пов’язане або з невизначеністю респондентів значимості інтересів у їхньому

житті, або просто небажанням відповідати. Також слід указати, що в анкетах опитані відповідали не завжди однією реакцією. Відповідно, кількість реакцій (від 1 до 7) віднесені були самими респондентами до різних категорій значимості.

В ядрі опинилися **99 реакцій**, що були визначені **55** респондентами як **першочергові** з ІЯ 0,4521, та **76 реакцій** з ІЯ 0,3470, надані **38** респондентами, які вони вважають **надважливими** для їхніх інтересів.

До першочергових віднесено реакції від окремих лексем до цілих речень: *сенса буття, пошук себе, знайти себе в житті, матеріальне забезпечення, сім'я, друзі (дружба), освіта, здоров'я, спорт, культура, розвиток, щастя, свобода, кохання, життя, спокій, книги, подорожі, хоббі, кар'єра*).

Серед першочергових за значенням ціннісних інтересів 26 респондентів назвали *сім'ю* і 14 – *здоров'я* (з 55 тих, хто надав ці реакції).

Це респонденти, які народилися в Україні і за національною приналежністю ідентифікують себе теж українцями, окрім 1 респондента, що вважає себе громадянином світу і 1, що є росіянином. Зауважимо, що 1 опитаний, який ідентифікує себе громадянином світу і вказав російську як рідну мову і мову, якою він спілкується, надав іншу реакцію, що є першочерговою для нього, – це *кохання*.

46 респондентів з 55 рідною мовою і мовою спілкування вважають українську, 1 респондент – українську й російську, 4 респонденти визначили рідною мовою і мовою спілкування російську і ще 4 зазначили, що рідною мовою вважають українську, але спілкування відбувається переважно російською мовою. Серед 8 респондентів, які переважно спілкуються російською мовою, 4 респонденти зазначили обидві реакції *сім'я* і *здоров'я*, 3 респонденти – одну реакцію *сім'я* і 1 респондент – *здоров'я*. Це свідчить про спільні ціннісні першочергові домінанти як українськомовних реципієнтів, так і тих, хто спілкується іншою мовою, для яких *сім'я* і *здоров'я* як соціальні й біологічні цінності є значимими перш за все.



Ці реакції надали респонденти всіх вікових категорій. За професійним і освітнім рівнем опитані є студентами з середньою освітою і бакалаврським рівнем (3 респонденти); викладачами з бакалаврським, магістерським рівнем і 1 опитаний з науковим ступенем; представниками сфери культури з магістерською освітою – 1 респондент, сфери виробництва – 1 респондент з бакалаврським рівнем освіти. Відсоток жінок, хто надав відповіді, складає 52% від загальної кількості жінок, які взяли участь в експерименті, а реакції, отримані від чоловіків – 36% відносно всіх чоловіків, які брали участь в експерименті.

До надважливих мотиваційно-ціннісних інтересів респонденти віднесли такі поняття, як *сенс буття, матеріальне забезпечення, сім'я, здоров'я, кохання, самоосвіта, кар'єра, самореалізація, навчання, діти, відпочинок, нові знання, натхнення, щастя, гармонія*.

Серед надважливих за значенням ціннісних інтересів знову ж таки респонденти надали реакцію *сім'я* (10 респондентів) і *здоров'я* (7 респондентів). Те, що родина є надважливою цінністю, свідчить і реакція *діти*, надана 4 опитаними.

Спостерігаємо також послідовну аргументацію таких ціннісних інтересів інформантів, бо в категорії надважливих значимостей 13 респондентів надали реакцію – *навчання* і 4 респонденти – реакцію *кар'єра*. Це є тими взаємопов'язаними мотивами, які семантично дотичні до ядерного асоціата *сім'я* і його гіпоніма *діти*.

Отримані реакції надали викладачі віком від 17-23 років, 24-30 років, 31-39 років і 40-49 років, які народилися в Україні, ідентифікують себе українцями, рідною мовою і мовою спілкування для них теж є українська (лише 1 респондент переважно спілкується російською мовою). Респондент, для якого українська мова є рідною, але процес спілкування відбувається переважно російською, надав у мотиваційному полі “Інтерес” реакції *навчання* і *подорож*. Це певною мірою може свідчити про мотиваційний

інтерес щодо пошуку нових можливостей (виїзду за кордон) для реалізації своїх намірів після здобуття освіти.

Ці 38 респондентів мають бакалаврський і магістерський рівень освіти і 1 – представник педагогічної сфери, чоловічої статі, має науковий ступінь.

До **близької периферії** належать реакції 12 опитаних (*сім'я, здоров'я, діти, батьки, освіта, кар'єра, самореалізація, розвиток, книги, відпочинок*) з ІЯ 0,0548, де також зберігаються ядерні асоціати *сім'я* (2 респонденти), *здоров'я* (2 респонденти).

Серед цих респондентів представлені дві вікові категорії: 1) студенти-бакалаври, вікової категорії від 17-23 років, що народилися в Україні, за національністю є українками, рідною мовою для яких є українська і для 1 респондентки – російська (яка також надала реакцію *сім'я*); 2) викладачі, вікової категорії від 31-39 років, українці за походженням, рідною мовою і мовою спілкування яких є українська. Зафіксовано 1 представника рекламної сфери з магістерською освітою у віковій категорії від 17-23 років, чоловічої статі, що народився в Україні, за національністю є росіянином і який здебільшого спілкується російською мовою. Хоча його реакції не відрізняються від надважливих за значенням інтересів решти українців, тобто – це *сім'я* і *здоров'я*. Також є 1 реакція, яку надала представниця комп'ютерної сфери, жінка за статтю, з бакалаврським ступенем освіти, вікової категорії від 17-23 років, яка спілкується українською мовою й ідентифікує себе українкою. **Дальню периферію** утворюють 3 категорії реакцій (разом 18 асоціатів), надані 9 респондентами (перша категорія – *задоволення* (8 реакцій з ІЯ 0,0365), друга категорія – *гармонія* (5 реакцій з ІЯ 0,0228) та 3 категорія – *сенси існування* (5 реакцій з ІЯ 0,0228), з-поміж яких: *здоров'я* (2 респонденти), *кохання* (2 респонденти), *сім'я* (1 респондент), *знайти себе у житті* (1 респондент) та ін.

Як бачимо, ядерні реакції *сім'я* і *здоров'я* наявні і на периферії значимості ціннісних інтересів. І вочевидь, що саме з цими мотиваційними

інтересами українці пов'язують свої почуття задоволення, гармонії і загалом смисл буття.

Реакції були надані опитаними вікової категорії від 17-23 років та від 31-39 років, які за фахом є: викладачками з бакалаврською та магістерською освітою і 1 навіть із науковим ступенем; філологами/перекладачами з бакалаврською і магістерською освітою. Усі вони народилися в Україні, для яких рідна мова і мова спілкування – українська. Наявна також відповідь 1 представниці виробничої галузі, яка народилася теж в Україні, є українкою з українською мовою як рідною, так і мовою спілкування.

**Крайня периферія** включає 3 категорії реакцій 1) *успішність* – 2 з ІЯ 0,0091, 2) *розвиток* і 3) *можливість розвитку* по 1 реакції з ІЯ 0,0046), які надали 4 респонденти. І навіть тут наявна ядерна реакція *сім'я*, надана 1 респондентом чоловічої статі, віком від 24-30 років, який є студентом із рідною українською мовою і мовою спілкування теж українською. Ще 3 опитаних належать до жіночої статі, до вікової категорії від 17-23 років, серед яких 1 респондентка є студенткою з середньою освітою та 2 респондентки – вчителі з бакалаврською освітою.

4.3.3 Асоціативні поля стимулів “THE RESULT OF THE INTEREST / РЕЗУЛЬТАТ ІНТЕРЕСУ”. Усвідомлюючи факт того, що, надаючи попередні реакції, опитувані так чи інакше будуть навіть миттєво реагувати у плані своїх інтересів на те, а яку ж кінцеву мету вони вбачають у своїх ціннісних домінантах, їм було запропоноване надати реакції на стимул “Результат”, на який вони очікують від мотиваційних інтересів.

Знову ж таки опрацьовані відповіді представляємо за моделлю асоціативного поля з ІЯ кожного реакції. Ядро асоціативного поля “Результат” становить одна категорія очікувань *life fulfillment*, надана 31 респондентом з ІЯ 0,2985 як результат задоволення мотиваційних інтересів, що пов'язані здебільшого з матеріальними благами та соціальними

потребами опитаних, про що свідчать асоціати: *money* (14 респондентів), *independence* (12 респондентів), *happiness, success, hobby, love, friendship*.

Таблиця 4.21

**Асоціативне поле “The RESULT of the INTEREST ”**

Реакції-асоціації	Кількість	Індекс яскравості
<b>Ядро</b>		
life fulfillment	40	0,2985
<b>Периферія</b>		
harmony	19	0,1418
a happy and content life	18	0,1343
happiness	12	0,0896
progress	9	0,0672
welfare	7	0,0522
contentment	6	0,0448
well-being	5	0,0373
pleasure	3	0,0224
success	3	0,0224
warmth	2	0,0149
no regrets	2	0,0149
confidence	2	0,0149
choice	1	0,0075
joy	1	0,0075
prosperity	1	0,0075
security	1	0,0075
comfort	1	0,0075
stability	1	0,0075
<b>Разом</b>	134	1,0000

Відповіді надали респонденти всіх вікових і професійних категорій: студенти – 9 респондентів, менеджери з продаж – 10, фінансові адміністратори – 5, представники дипломатичної сфери – 4 і клінічної галузі – 3. Поміж 31 респондента 11 народилися поза межами Сполученого Королівства, але вважають англійську мову рідною і мовою спілкування. Серед них 4 респонденти визначили лексему *money* і 3 – лексему *independence*, решта опитаних надали реакції *hobby, friendship, love*, які за місцем народження і національною ознакою належать до британців. Це свідчить про збіг у ядрі асоціативного поля асоціатів, наданих тими британцями, які народилися на території Сполученого Королівства і тими,

хто ні, але для яких англійська мова є рідною мовою і мовою спілкування. За гендерною ознакою відповіді надали 12 жінок і 19 чоловіків.

Найближча периферія представлена 6 категоріями реакцій, найбільшою за кількістю з яких (19 реакцій з ІЯ 0,1418) є категорія *harmony*. За значенням її асоціати належать до ЛСГ “Моральні якості”. Близькими за значенням є 2 категорії: *happy and content life*, яка представлена 18 реакціями респондентів з ІЯ 0,1343, і *happiness* із 12 реакціями та ІЯ 0,0896, але асоціати яких включено до ЛСГ “Емоційні відчуття”. Наступною є категорія *progress* (9 реакцій з ІЯ 0,0672) з асоціатами ЛСГ “Інтелектуальні здібності”. Останніми двома категоріями цієї навколо ядерної зони є *welfare* (7 реакцій з ІЯ 0,0522) і *contentment* (6 реакцій з ІЯ 0,0448), асоціати яких відносимо до ЛСГ “Моральні якості”.

Категорія *harmony* як результат реалізації мотиваційних Інтересів асоціюється у респондентів з такими поняттями, як *freedom, acceptance, books, self, fascination, hobby*, що вочевидь пов’язані з очікуваннями опитаних у забезпеченні їхніх соціальних потреб, де спостерігається тенденція до збереження домінанти *independence*, але представленої синонімічною лексемою *freedom*. Відповіді надали респонденти віком від 17-23 років (2 респонденти), 24-30 років (3 респонденти), 31-39 років (5 респондентів) і 40-49 років (8 респондентів), які навчаються (2 респонденти), працюють менеджерами з продаж (8 респондентів), в галузі клінічних досліджень (3 респонденти), фінансовими адміністраторами (3 респонденти), дипломатами (2 респонденти). 6 опитаних народилися не на території Сполученого Королівства, але англійська мова є для них рідною мовою і такою, яку вони вживають у повсякденному житті. За гендерною ознакою представлено 7 жінок і 11 чоловіків.

До категорії *happy and content life* 18 опитаних надали асоціати *money* (4 респонденти), *independence* (3 респонденти), *freedom, love, acceptance, good humour, study*. Ця категорія розглядається як очікуваний результат, з яким респонденти пов’язують реалізацію своїх мотиваційних Інтересів і які можна

віднести до матеріальних цінностей, які мають забезпечити їхні соціальні потреби. Асоціати надали респонденти трьох вікових категорій: від 17-23 років (3 респонденти), 24-30 років (6 респондентів) і 40-49 років (9 респондентів), які навчаються або працюють менеджерами з продаж (9 респондентів), у галузі клінічних досліджень (5 респондентів) і 1 респондент – фінансовим адміністратором. 3 з опитаних мають інше місце народження ніж Велика Британія, але 2 респонденти визначили лексеми *money* й *independence*, 1 респондент надав синонімічну реакцію *freedom*, які цілком збігаються з асоціатами респондентів, які народилися у Великій Британії.

Категорія *happiness* асоціюється у 10 респондентів із такими поняттями, як *work*, *hobby*, *passion*, *fascination*, *enjoy*, *enthusiasm*. Реакції представлені респондентами віком від 17-23 років (3 респонденти), 24-30 років (2 респонденти) і 31-39 років (5 респондентів), які є студентами (3 респонденти), працюють менеджерами з продаж (4 респонденти) і у галузі клінічних досліджень (3 респонденти). Серед опитаних – 7 жінок і 3 чоловіків.

До категорії *progress* 8 опитаних віднесли асоціати *money* (2 респонденти), *success*, *study*, *books* і *read*, в якій спостерігається збереження тенденції очікування результату від матеріальних цінностей. Відповіді надали респонденти всіх вікових інтервалів, крім 24-30 років, серед яких 3 жінок і 5 чоловіків.

Категорія *welfare* співвідноситься у 7 респондентів із поняттями *money*, *independence*, *success*, *bank*, *work*. Респонденти належать до таких вікових інтервалів: від 17-23 років (4 респонденти), 24-30 років (1 респондент), 40-49 років (2 респонденти). За професійним спрямуванням серед опитаних студенти, менеджери з продаж і представники у галузі клінічних досліджень, 5 чоловіків і 2 жінок. 1 респондент народився поза межами Великої Британії і не є британцем за походженням, але вважає англійську мову рідною і мовою спілкування. Він надав асоціат *bank*, що належить до реакцій ЛСГ

“Матеріальна вигода”, а тому свідчить про очікування його мотиваційних інтересів, пов’язаних з матеріальними цінностями.

Останньою категорією у зоні найближчої периферії є *contentment*, яка визначена 6 респондентами, серед яких 4 чоловіків і 2 жінок, що надали такі асоціати: *money* (3 респонденти), *independence* (1 респондент), *attention*, *books*, *hobby*. Реакції надали опитані лише двох вікових категорій: від 40-49 років (4 респонденти) і 50+ (2 респонденти), що є представниками дипломатичної галузі і сфери клінічних досліджень.

Дальня периферія асоціативного поля “Результат Інтересу” представлена 3 категоріями, асоціати яких належать до таких ЛСГ: “Моральні якості” (категорія *well-being* – 5 реакцій з ІЯ 0,0373 ), “Емоційні відчуття” (категорія *pleasure* – 3 реакції з ІЯ 0,0224 ) і “Інтелектуальні здібності” (категорія *success* – 3 реакції з ІЯ 0,0224).

Асоціатами до категорії *well-being* є *money* (2 респонденти), *enjoy*, *payment*, *gain*, що надали опитані двох старших вікових груп: від 40-49 років (1 респондент) і 50+ (3 респонденти) і які представляють дипломатичну і дослідницьку сфери, серед яких 3 чоловіків і 1 жінка.

Категорія *pleasure* з асоціатами (*passion*, *attention*, *enjoy*) ЛСГ “Емоційні відчуття” визначена респондентами двох вікових категорій: від 24-30 років (2 респонденти) і 40-49 років (1 респондент), які працюють у фінансовій сфері (1 респондент) і сфері клінічних досліджень (2 респонденти), серед яких 2 жінок і 1 чоловік.

Категорія *success*, реакції якої входять до ЛСГ “Інтелектуальні здібності” і є ядерними лексеми асоціативного поля “Інтерес”: *money* (1 респондент), *independence* (2 респонденти), а також одиничним асоціатом *bank*, була вказана респондентами віком від 40-49 років (1 респондент) і 50+ (2 респонденти). За професійним спрямуванням – це фінансовий адміністратор (1 респондент) і дослідники у галузі клінічних випробувань (2 респонденти), серед яких 2 чоловіків і 1 жінка.

Крайня периферія представлена категоріями, до яких реципієнти надали по дві реакції, що входять до ЛСГ “Моральні якості” (*warmth* з ІЯ 0,0149), ЛСГ “Емоційні відчуття” (*no regrets* з ІЯ 0,0149), ЛСГ “Інтелектуальні здібності” (*confidence* з ІЯ 0,0149).

Категорія *warmth* складається з реакцій *home, tradition, companionship*, які надали опитані двох старших вікових інтервалів: від 40-49 років і 50+, серед яких 2 жінок і 1 чоловік.

Категорія *no regrets*, що представлена асоціатами *travel* і *good humour*, та категорія *confidence* з поодинокими реакціями *money* та *independence* сформована відповідями респондентів від 24-30 років та 50+.

З-поміж поодиноких категорій на крайній периферії поля зафіксовано категорії, які можуть бути віднесені до асоціатів ЛСГ: “Емоційні відчуття” (категорія *joy* з асоціатор *passion* і категорія *comfort* з асоціатом *sport*), “Матеріальна вигода” (категорії *prosperity* і *stability*), “Моральні якості” (категорія *security* з асоціатом *friendship*). ЛСГ “Матеріальна вигода” представлена ядерною лексемою *money*, яку надали респонденти однієї вікової категорії від 17-23 років.

В асоціативному полі “Результат Інтересу” представлено 134 реакції, надані 96 респондентами-британцями зі 105, з яких 9 відмовились відповідати і які не всі народилися на території Сполученого Королівства, проте всі вони вказали, що рідною мовою і мовою спілкування для них є англійська. Ядро асоціативного поля становить загальна категорія очікувань *life fulfillment*, реакції до якої надали 40 респондентів, що становить 42% від опитаних (96 респондентів), які надали відповіді. Очікування “повноцінного життя” (*life fulfillment*) полягає здебільшого у намірах реалізувати мотиваційні Інтереси, пов’язані з матеріальними цінностями, які забезпечать здебільшого соціальні й індивідуальні потреби опитаних британців, про що свідчать надані асоціати *money* (14 респондентів) та *independence* (12 респондентів). Ці ж тенденції простежуються і в зонах найближчої, дальньої і крайньої периферійних зон асоціативного поля “Результат Інтересу”.



Від українців, які брали участь в експерименті, також було отримано реакції на це завдання, що теж були опрацьовані за допомогою комп'ютерної програми СТИМУЛУС. Зауважимо, що в анкетах українські респонденти надавали досить різні реакції на мотиваційний стимул “Інтерес” і, відповідно, до кожної з них вони визначили різний очікуваний/запрограмований результат.

Таблиця 4.22

### Асоціативне поле “РЕЗУЛЬТАТ ІНТЕРЕСУ”

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
душевна рівновага	32	0.1435
гармонійне життя	21	0.0942
-	17	0,0762
<b>Периферія</b>		
задоволення	16	0.0717
стимул життя	13	0.0583
повнокровне життя	11	0.0493
моральна користь	11	0.0493
впевненість	11	0,0493
спокій	10	0.0448
матеріальні блага	7	0.0314
радість	7	0.0314
повноцінне існування	5	0.0224
естетична насолода	5	0.0224
цікавість до життя	4	0.0179
розвиток	4	0.0179
щастя	4	0.0179
натхнення	4	0.0179
самодостатність	3	0.0135
мотивація до подальших звершень	3	0.0135
духовний ріст	3	0.0135
самовдосконалення	3	0.0135
розширення кругозору	2	0.0090
свобода	2	0.0090
нові враження	2	0.0090
внутрішня рівновага	2	0.0090
успіх	2	0.0090
енергійність	2	0.0090
стабільність	2	0.0090
захищеність	1	0.0045
збереження сімейних цінностей	1	0.0045
любов і підтримка близьких	1	0.0045

опора	1	0.0045
підвищення рівня особистісної значимості	1	0.0045
краще життя	1	0.0045
пізнання світу	1	0.0045
драйв	1	0.0045
ефективність	1	0.0045
ерудиція	1	0.0045
здоров'я	1	0.0045
користь	1	0.0045
безпечне життя	1	0.0045
самореалізація	1	0.0045
успішність	1	0.0045
<b>Разом</b>	<b>223</b>	<b>1.0000</b>

Ядро асоціативного поля “Результат” становлять дві загальні категорії очікувань: 1) *душевна рівновага*, яка включає **32** реакції з ІЯ 0,1435, надані **26** респондентами, і 2) *гармонійне життя* – **21** реакцію, надану **15** опитаними, з ІЯ 0,0942.

**26** респондентів очікують на *душевну рівновагу* як результат задоволення мотиваційних інтересів, які пов’язані знову ж таки здебільшого з соціальними й біологічними цінностями, про що свідчать такі асоціати: *сім’я* (14 респондентів), *здоров’я* (8 респондентів), *діти*, *кохання*, *кар’єра*, *самовдосконалення*, *навчання*, *пошук себе*, *друзі*, *захоплення*, *робота*. Це респонденти всіх вікових категорій. За професійним і освітнім спрямуванням – це викладачі з бакалаврською, магістерською освітою і 2 – з науковим ступенем; філологи/перекладачі з бакалаврським і магістерським ступенем освіти; студенти з середньою і бакалаврською освітою; представники сфери інформаційних технологій – 2 бакалаври і рекламної сфери – 1 магістр. Всі вони народилися в Україні, 25 з них є за національністю українцями і 1 – росіянин, який також *душевну рівновагу* вбачає у *сім’ї*, *здоров’ї* і *кар’єрі*.

Серед 10 респондентів, які переважно спілкуються російською мовою, *сім’я* також зазначена 4 опитаними, *здоров’я* – 2, решта респондентів надали такі реакції: *діти*, *навчання*, *кохання*, *друзі*, що пов’язані з душевним комфортом.

15 респондентів, які очікують на *гармонійне життя*, так само асоціюють його як результат задоволення своїх першочергових і надважливих мотиваційних інтересів, про що свідчать такі асоціати: *сім'я* (6 опитаних), *здоров'я* (5 респондентів), *гармонія*, *людяність*, *кохання* та ін. Відповіді надали респонденти всіх вікових інтервалів. За фаховим спрямуванням представлені 3 категорії: філологи/перекладачі з магістерською освітою; викладачі з бакалаврським рівнем і 2 з науковим ступенем; студенти з середньою освітою і 1 бакалавр. Всі опитані народилися в Україні, за національністю є українцями, у 2 респондентів з 15 опитаних спілкування відбувається переважно російською мовою, у 1 респондента українською і російською, ще у 1 респондента мова спілкування – суржик. Проте ані мова спілкування, ані національна ознака не впливають на прагнення мешканців України до гармонії в житті, яку всі вони пов'язують переважно із сімейними цінностями.

Найближча периферія представлена 6 категоріями реакцій, найбільшою за кількістю з яких (16 реакцій з ІЯ 0,0717) є категорія *задоволення*. За значенням ця категорія належить до асоціатів ЛСГ “Емоційний стан”. Наступна категорія *стимул життя* позначена 13 реакціями опитаних із ІЯ 0,0583, яка може бути включена до асоціатів ЛСГ “Інтелектуальні якості”. 11 реакцій з ІЯ 0,0493 респонденти ототожнюють з такими категоріями, як *повнокровне життя* і *моральна користь*, що належать до ЛСГ “Моральні якості”. І останні дві категорії – це *впевненість* (11 реакцій з ІЯ 0,0493) та *спокій* (10 реакцій з ІЯ 0,0448) належать до асоціатів ЛСГ “Духовні якості”.

Насамперед *задоволення* як результат реалізації їхніх мотиваційних Інтересів асоціюється у респондентів з такими поняттями, як *сім'я*, *здоров'я*, *кохання*, *ерудиція*, *корисне дозвілля*, *хоббі*, *розвиток*, *спорт*. Ця категорія за архісемою віднесена до реакцій ЛСГ “Емоційний стан”, і тому припускаємо, що асоціативне значення наведених стимульних реакцій дозволяє віднести їх також до цієї ЛСГ, демонструючи перехресні зв'язки між соціальними цінностями (індивідуальними і колективними) і біологічними, де сімейні

цінності й вітальні, зокрема здоровий спосіб життя, зберігають домінуючу тенденцію. Респонденти, які відзначили цю категорію і надали до неї свої реакції, належать до 3 вікових категорій: від 17-23 років, 24-30 років і 31-39 років. За фаховою спрямованістю – це викладачі з бакалаврською і магістерською освітою, студенти з середньою освітою і бакалаври, філологи/перекладачі з магістерською освітою, які народилися в Україні, ідентифікують себе українцями, рідною мовою і мовою спілкування є теж українська.

До категорії *стимул життя*, що належить за архісевою до реакцій ЛСГ “Інтелектуальні якості”, 10 респондентів надали такі асоціати, як *сім'я, здоров'я, кар'єра, самовдосконалення, творчість*, з якими вони пов'язують результат своїх мотиваційних Інтересів. Знову ж таки і в цій категорії тенденція до очікуваних результатів сімейних і вітальних цінностей зберігається, але лише для двох вікових категорій респондентів: від 17-23 роки і 31-39 років. Цікаво, що ця категорія не має асоціатів респондентів вікової групи від 24-30 років. І ще важливо тут відзначити, що серед опитаних 9 жінок із рідною мовою українською (з 10 опитаних, які відзначили цю категорію) 2 респондентки, які переважно спілкуються російською мовою, надали реакції *кар'єра* і *самовдосконалення*, що є їхнім стимулом для отримання результату від мотиваційних інтересів.

Дві наступні категорії: *повнокровне життя і моральна користь*, що належать за архісевами до реакцій ЛСГ “Моральні якості”, відзначили 19 респондентів: 16 жінок і 3 чоловіків всіх вікових груп, які представлені такими асоціатами, як *добро, самовдосконалення, матеріальне забезпечення, кар'єра, свобода* та ін. І за цими реакціями видно, що асоціативне їхнє значення накладається на першозначення лексеми *добро*, яке у свідомості індоєвропейців і надалі праслов'ян пов'язане було з матеріальним благом, що свідчить про збереження первісних ціннісно-етнічних констант у свідомості сучасних українців. Відповідно тому, моральну користь як очікуваний результат опитані пов'язують із *матеріальними статками*.

Очікує на моральну користь, що становить повнокровне життя від кар'єрного зростання для 1 респондента серед 19 опитаних, який є росіянином і який спілкується теж російською мовою.

Категорії *впевненість* і *спокій*, що належать за архісемами до реакцій ЛСГ “Духовні якості”, визначили **18** опитаних усіх вікових груп (16 жінок і 2 чоловіків), що надали до них такі реакції, як *сім'я, здоров'я, подорож, книги, друзі, безпека, кохання, комфортне життя, добро, спорті* навіть *комп'ютерні ігри*. Реакції і мову спілкування, при цьому виділивши в анкеті реакцію *сім'я*. Як свідчать опрацьовані дані першої частини анкети, незважаючи на місце народження, рідну мову і мову спілкування, респонденти однаковою мірою результати своїх мотиваційних інтересів, які надають їм спокій і впевненість, пов'язують із сім'єю, здоров'ям, безпекою тощо.

Дальня периферія асоціативного поля представлена 8 категоріями, які належать до 4 ЛСГ з відповідними реакціями: ЛСГ “Емоційний стан” (категорія емоцій *радість* включає 7 реакцій з ІЯ 0,0314, *естетична насолода* – 5 реакцій з ІЯ 0,0224, *щастя* – 4 реакції з ІЯ 0,0179, *цікавість до життя* – 4 реакції з ІЯ 0,0179); ЛСГ “Матеріальна вигода” (категорія *матеріальні блага* – 7 реакцій з ІЯ 0,0314); ЛСГ “Моральні якості” (категорія *повноцінне існування* – 5 реакцій з ІЯ 0,0224), ЛСГ “Інтелектуальні якості” (категорія *розвиток* – 4 реакції з ІЯ 0,0179, *натхнення* – 4 реакції з ІЯ 0,0179). Дальня периферія демонструє тенденцію до очікувань респондентів від мотиваційних ціннісних інтересів, яка була характерною і для ядра асоціативного поля “Результат”.

Найбільш кількісними виявилися реакції *сім'я* (надали 7 респондентів) і *здоров'я* (надали 3 респонденти) незалежно від їх національності, мови спілкування і соціального статусу.

Зокрема, ці асоціати наявні серед наданих респондентами категорій реакцій ЛСГ “Емоційний стан”, як-от: *сім'я, здоров'я, діти, самореалізація, комфортне життя, гроші, друзі, свобода, кар'єра*. Відповіді надали

респонденти віком, від 17-23 років, 24-30 років, 31-39 років і 40-49 років, з-поміж яких 14 жінок і 2 – чоловіків. Серед 16 опитаних лише 1 народився в Росії, але він ідентифікує себе українцем, для якого *самореалізація* є тією ціннісною мотивацією, що приносить *радість*, а значить, і позитивні емоції від життя.

Тимчасом асоціатами до категорії *матеріальні блага*, визначеної опитаними серед мотиваційних цінностей, які вони бажають отримати і які входять до ЛСГ “Матеріальна вигода”, є *фінансова винагорода, кар’єра, матеріальне забезпечення, процвітання*. Цікаво, що ця категорія не має асоціатів респондентів вікової групи від 24-30 років, які також не надали відповіді для категорії *стимул життя*, розташовані на ближній периферії асоціативного поля.

Категорія *повноцінне існування* була визначена респондентами – українцями, асоціати яких входять до ЛСГ “Моральні якості” і з-поміж яких наявна реакція *сім’я*, а ще *добро, людяність, справедливість*. Цікаво, що тут також відсутні реакції респондентів вікової групи від 24-30 років.

Категорії *розвиток і натхнення*, які належать до ЛСГ “Інтелектуальні якості” і які визначили респонденти, представлені асоціатами *сім’я, книги, ерудиція, натхнення, нова інформація, процвітання*. Знову ж такі і тут відсутні реакції респондентів вікової групи від 24-30 років, а також вікового інтервалу від 40-49 років. Учасники експерименту, які надали реакції для цих категорій, є українцями, спілкуються українською мовою і вважають її рідною.

Крайня периферія представлена наступними категоріями, до яких реципієнти надали по три або по дві реакції, є: *самодостатність, мотивація до подальших звершень, самовдосконалення, розширення кругозору, успіх, успішність, підвищення рівня особистої значимості, ерудиція, самореалізація*. Їх надали опитані трьох вікових інтервалів 17-23 роки, 24-30 років і 40-49 років – 9 жінок, які ідентифікують себе українками і 1 чоловік –

росіянин. Респонденти, які визначили, що переважно спілкуються російською мовою, надали реакції *самореалізація, успіх і ерудиція*.

Категорії *духовний ріст і пізнання світу* з їхніми реакціями *Бог, книги, духовний ріст, кохання* надали респонденти двох вікових інтервалів: від 17-23 років і від 50+. Усі вони є українцями, які народилися в Україні й спілкуються українською мовою.

По дві реакції (*сім'я, здоров'я, творчість, друзі, взаєморозуміння*) надано до категорій *свобода, внутрішня рівновага, успіх, краще життя* респондентами лише однієї вікової групи від 17-23 років.

Категорії *нові враження, драйв* мають поодинокі асоціати на зразок *подорожі, культура, життя*, які надали опитані двох вікових інтервалів: від 17-23 років і 40-49 років.

Також поодинокі реакції надано до визначених опитаними категорій *здоров'я, безпечне життя і захищеність, користь, стабільність, ефективність*, з якими вони пов'язують отримати результат від своїх життєвих ціннісних інтересів.

З-поміж поодиноких категорій на крайній периферії поля зафіксовано власне ті реакції, які визначені як доміанти мотиваційних ціннісних інтересів українців та їх результатів. Це асоціати *збереження сімейних цінностей, підтримка близьких*, які надали жінки-українки віком від 17-23 років.

Цікаво, що крайня периферія представлена переважно як категоріями реакцій, так і самими реакціями, що їх надали опитані вікової категорії від 17-23 років, які насамперед дають підстави припустити про те, що результати мотиваційних інтересів для цих респондентів, в першу чергу, складають індивідуальні й біологічні ціннісно значимі потреби.

Отже, як видно з аналізу, ядро асоціативного поля “Результат Інтересу” становлять дві загальні категорії очікувань: 1) душевна рівновага і 2) гармонійне життя. Очікування душевної рівноваги як результат задоволення мотиваційних інтересів опитаних пов'язані з соціальними й біологічними

потребами, про що свідчать теж доміанти в очікуваннях, які збігаються з мотиваційними інтересами і які надані у вигляді асоціатів *сім'я* (14 респондентів) і *здоров'я* (8 респондентів). Така ж тенденція зберігається і в асоціатах 15 респондентів, з-поміж яких *сім'я* (6 опитаних) і *здоров'я* (5 респондентів) є доміантами їх першочергових і надважливих мотиваційних інтересів, які для них становлять гармонію в житті.

Найближча периферія представлена 6 категоріями реакцій: “задоволення”, “стимул життя”, “повнокровне життя”, “моральна користь”, “впевненість” та “спокій”, асоціативні значення різновидів яких демонструють перехресні зв'язки між соціальними (індивідуальними й колективними) і біологічними потребами, моральними і матеріальними цінностями, де сімейні цінності й вітальні (зокрема здоровий спосіб життя), кар'єрне зростання, самовдосконалення тощо зберігають доміантні позиції.

Дальня периферія демонструє тенденцію до очікувань респондентів від мотиваційних ціннісних інтересів, яка є характерною і для ядра асоціативного поля “Результат Інтересу”, але з поодинокими наданими реакціями, які належать до ЛСГ “Матеріальна вигода”, “Моральні якості”, “Інтелектуальні якості” тощо. Крайня периферія представлена переважно як категоріями реакцій, так і самими реакціями, які свідчать здебільшого про індивідуальні й біологічні ціннісно значимі очікування опитаних зі збереженням сімейних цінностей, підтримки близьких, хоча і зі зміщенням очікувань убік індивідуальних потреб та конкретизації соціальних цінностей, передовсім, безпеки.

Проаналізувавши ці реакції, звернуто увагу на анкети 15% респондентів, які відмовилися відповідати на це завдання, що може свідчити не просто про небажання відреагувати на стимул “Результат Інтересу”, а, скоріше, про певну демотивацію життєвих інтересів, зневіру в цінності і, як наслідок, невизначеність в очіванні задоволення від реалізації життєвих інтересів. Серед цих респондентів, що тривожно, це переважно вікова категорія від 24-30 років. На нашу думку, це серйозний сигнал українському



суспільству загалом, яке, звісно, як і увесь світ, переживає кризу традиційних цінностей, що, без сумніву, позначається на трансформації ядерних, ще індоєвропейських, етнічних ціннісних констант, хоча, переконані, і не зруйнують їх цілком, адже вони є тим алгоритмом Всесвіту, який утримує і забезпечує загальний порядок цивілізаційного устрою і європейського також.

Про стійке збереження цих констант у свідомості опитаних свідчить ЛСГ реакцій “Моральні якості”, до якої одночасно зараховано асоціати категорій *добро* і *матеріальне забезпечення*, адже асоціативне значення останньої накладається на першозначення лексеми *добро* – назви морально-етичної ціннісної категорії і ціннісного концепту ДОБРО, яке в уявленнях давніх предків українців – ще індоєвропейців і надалі праслов’ян було пов’язане, насамперед, із матеріальним благом, що реконструюється в асоціаціях сучасних українців. Це пояснює, чому моральну користь як очікуваний результат від мотиваційних інтересів опитані співвідносять із *матеріальними статками* як накопичувального добробуту життя.

Зіставляючи ядерні зони побудованих асоціативних полів, спостерігаємо кореляцію ядерних асоціатів *life fulfillment* і *гармонійне життя*, які належать до ЛСГ “Моральні якості”, а також мають спільні мотивуючі асоціати *love / кохання*. Ядерна лексема *life fulfillment* також корелює з асоціатом *повноцінне існування*, що посідає зону дальньої периферії асоціативного поля, побудованого за реакціями українських респондентів. Також фіксуємо перетин реакції *повноцінне існування* і реакції *well-being*, які теж розташовані в зоні дальньої периферії і які обидві належать до ЛСГ “Моральні якості”.

Асоціати *pleasure* і *задоволення*, об’єднані в ЛСГ “Емоційні відчуття”, належать до зони дальньої периферії асоціативного поля британців і до зони найближчої периферії асоціативного поля українців. Асоціати *joy* і *радість* ЛСГ “Емоційні відчуття” перебувають у крайній зоні периферії асоціативного поля британців і в зоні дальньої периферії асоціативного поля українців.

Реакції *success* і *успіх*, які об'єднані в ЛСГ “Інтелектуальні здібності”, посідають зону дальньої периферії в асоціативному полі британців і зону крайньої периферії – в асоціативному полі українців.

Асоціат *confidence*, що входить до ЛСГ “Моральні якості” і розташований на крайній периферії асоціативного поля британців, корелює з асоціатом *впевненість*, який посідає зону найближчої периферії в асоціативному полі українців.

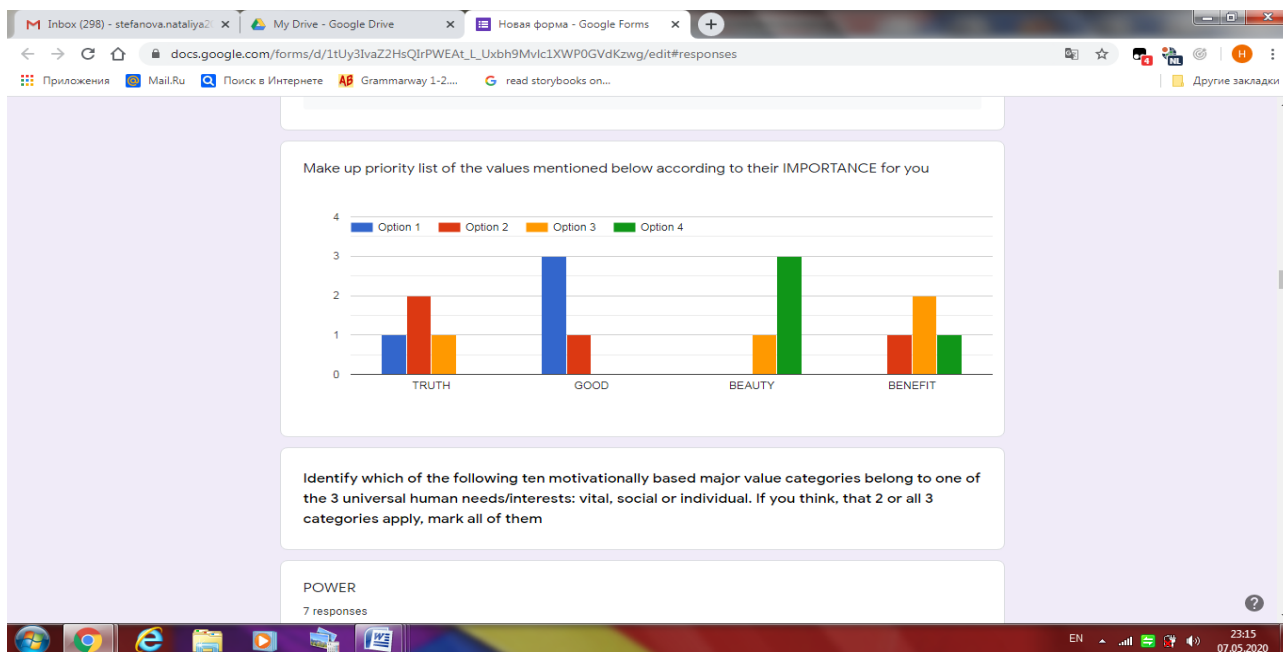
ЛСГ “Духовні якості” виявилася відмінною в асоціативному полі українців, реакції якої утворюють зону найближчої його периферії.

В обох асоціативних полях не представлені реакції таких спільних полів, як ЛСГ “Розваги/Дозвілля”, “Родинні стосунки”, а також відмінних ЛСГ: “Життєво необхідні речі”, утворені асоціатами британців, й “Естетична насолода”, “Фізіологічні/фізичні якості”, представлені реакціями українців.

З огляду на ці припущення надалі експериментальна етносеміометрія мотиваційного континууму аксіоконцептосфер передбачала опитування респондентів на предмет визначення порядку значимості для їхнього усвідомлення ціннісних світоглядних концептів ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ.

#### **4.4 Асоціативні реакції респондентів щодо порядку розташування в їхньому мотиваційному міні-континуумі аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ**

У наведених нижче діаграмах і таблицях опитані розташували концепти від найбільш значимого (1 стовпчик) для них по низхідній до найменш значимого (4 стовпчик). Окрім того, завдання передбачало можливість обрати декілька концептів, які однаковою мірою є для них значимими і визначити порядок.



**Діаграма Порядок ЗНАЧИМОСТІ для британців ціннісних світоглядних концептів TRUTH, GOOD, BEAUTY і BENEFIT**

Таблиця 4.23

**Кількісні показники 1 порядку ЗНАЧИМОСТІ для британців ціннісних світоглядних концептів ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ**

Ціннісні концепти	Кількість відповідей
<b>Один концепт (перший за порядком ЗНАЧИМОСТІ)</b>	
GOOD	66
TRUTH	24
<b>Один концепт (другий за порядком ЗНАЧИМОСТІ)</b>	
TRUTH	41
BENEFIT	25
GOOD	24
<b>Один концепт (третій за порядком ЗНАЧИМОСТІ)</b>	
BENEFIT	43
TRUTH	27
BEAUTY	20
<b>Один концепт (четвертий за порядком ЗНАЧИМОСТІ)</b>	
BEAUTY	80
BENEFIT	10

Для 90 респондентів зі 105 опитаних домінантами першого порядку за ціннісною значимістю є концепти GOOD (66 респондентів) і TRUTH (24 респонденти). Серед 66 опитаних, для яких концепт GOOD виявився ціннісно значимим у першому порядку, представлені три вікові категорії: від 17-23 років, 24-30 років і 31-39 років. Це студенти, менеджери з продаж, працівники дипломатичної сфери й галузі клінічних досліджень. 43

респонденти народилися на території Сполученого Королівства і є англійцями за національністю, 23 респонденти визначили інше місце народження і національність, але зауважили, що англійська мова є для них рідною і мовою спілкування. За гендерним принципом 42 респонденти належать до чоловіків і 24 – до жінок.

Концепт TRUTH як першочерговий визначили 24 респонденти двох вікових категорій: від 40-49 років і 50+. Це представники фінансової, дипломатичної і дослідницької сфер. З-поміж респондентів 15 жінок і 9 чоловіків. 6 респондентів не є англійцями, незважаючи на те, що спілкуються англійською мовою, яка є для них рідною.

Концепт GOOD, визначений як ціннісно значимий першого порядку, представлений в наступних конфігураціях з іншими концептами другого, третього і четвертого порядку.

Таблиця 4.24

Концепт **GOOD** як першочерговий у порядку значимості та його конфігурації з іншими концептами

Ціннісні концепти	Кількість відповідей
<b>Перший за значимістю концепт</b>	
<b>GOOD</b>	<b>66</b>
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
TRUTH	41
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
BENEFIT	39
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
BEAUTY	46
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
BENEFIT	25
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
TRUTH	27
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
BEAUTY	20

Результати відповідей респондентів дають змогу виділити міні-моделі з домінантним концептом GOOD і зробити певні припущення. Другим за

порядком значимості 41 респондент з 66 опитаних визначив ціннісний концепт TRUTH. Це переважно опитані двох вікових категорій: від 17-23 років і 31-39 років, серед яких 25 чоловіків і 16 жінок. Можна припустити, що ця міні-модель відображає важливість для британців, у першу чергу, морально-етичних понять. Ще однією міні-моделлю, яка може свідчити про першочергову значимість морально-етичного компонента в їх ціннісній свідомості, але у смислі добра, під яким вони розуміють корисні вчинки, пов'язуючи їх із концептом BENEFIT (25): GOOD (66) – BENEFIT (25). Ця модель представлена респондентами тільки однієї вікової категорії: від 24-30 років, серед яких 17 чоловіків і 8 жінок, які народилися на території Великої Британії і є англійцями.

Наступним ціннісно значимим у першому порядку для британців є концепт TRUTH, представлений у різних конфігураціях з іншими концептами другого, третього і четвертого порядку.

Таблиця 4.25

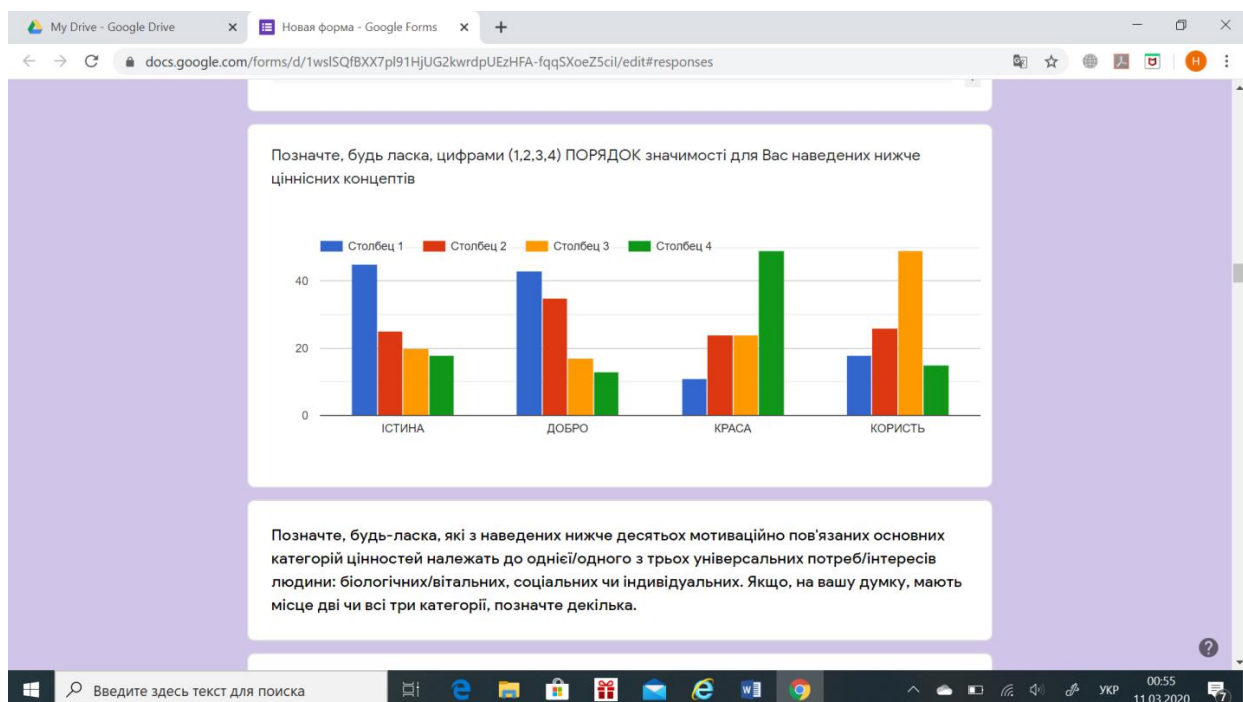
Концепт **TRUTH** як першочерговий у порядку значимості  
та його конфігурації з іншими концептами

Ціннісні концепти	Кількість відповідей
<b>Перший за значимістю концепт</b>	
<b>TRUTH</b>	<b>24</b>
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
GOOD	17
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
BEAUTY	20
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
BENEFIT	10
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
GOOD	7
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
BENEFIT	4
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
BEAUTY	14

Концепт TRUTH представлений міні-моделлю TRUTH – GOOD, у якій відмінним є третій за значимістю ціннісний концепт BEAUTY, який був визначений переважно жінками (15 респондентів) і тільки 5 чоловіками, і концепт BENEFIT, що відзначили 4 респонденти, які є чоловіками.

На відміну від українських респондентів, які зазначили всі чотири ціннісні світоглядні концепти ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ у першому порядку значимості, британські респонденти визначили тільки два ціннісні концепти GOOD і TRUTH. Концепти BENEFIT і BEAUTY є третіми і четвертими за значимістю для опитаних британців.

Тимчасом опрацьовані й систематизовані відповіді українських респондентів показують, що першими ціннісно значимими для них є концепти ІСТИНА (35) і ДОБРО (33), які надали опитані всіх вікових категорій.



**Діаграма Порядок ЗНАЧИМОСТІ для українців ціннісних світоглядних концептів ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ**

Якщо брати в пропорційному відношенні чоловіків і жінок, то це становить апроксиматично 30% перших і других, хто надав асоціати, від

загальної кількості тих, хто відповів на це запитання і для цього порядку (97 зі 110 респондентів, з яких 13 осіб не відповіли на якусь позицію).

Для 97 українських респондентів зі 110 опитаних домінантами першого порядку за ціннісною значимістю є: концепт ІСТИНА (35 респондентів) ДОБРО (33) – для всіх вікових категорій, концепт КОРИСТЬ (8) – для респондентів двох вікових категорій – від 17-23 років і 24-30 років, концепт КРАСА – для 7 опитаних-жінок.

Таблиця 4.26

**Кількісні показники визначення 1порядку ЗНАЧИМОСТІ  
для українців ціннісних світоглядних концептів  
ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ**

Ціннісні концепти	Кількість відповідей
<b>Один концепт (перший за порядком ЗНАЧИМОСТІ)</b>	
ІСТИНА	35
ДОБРО	33
КРАСА	7
КОРИСТЬ	8
<b>Два концепти (перші за порядком ЗНАЧИМОСТІ)</b>	
ІСТИНА, ДОБРО	3
ІСТИНА, КОРИСТЬ	3
ДОБРО, КОРИСТЬ	2
ДОБРО, КРАСА	1
КРАСА, КОРИСТЬ	1
<b>Три концепти (перші за порядком ЗНАЧИМОСТІ)З КОНЦЕПТИ</b>	
ІСТИНА, ДОБРО, КОРИСТЬ	2
<b>Усі чотири концепти (перші за порядком ЗНАЧИМОСТІ)</b>	
ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ	2

З-поміж 35 опитаних, для яких ІСТИНА є ціннісно ЗНАЧИМИМ концептом, 14 – це викладачі (6 з бакалаврською освітою, 6 магістрів і 2 з науковим ступенем), 8 – філологи/перекладачі (з магістерською освітою – 6, з бакалаврською – 2), 7 студенти (з середньою освітою – 4, бакалаври – 2, магістр – 1), представники комп'ютерної галузі – 3 (2 бакалаври і 1 з середньою освітою), виробництва – 1 магістр, рекламної галузі – 1 магістр, представник сфери мистецтва – 1 магістр.

Концепт ДОБРО відзначили 33 опитаних, у такій же пропорції чоловіків і жінок усіх вікових груп. Цікаво, що в категорії професійної зайнятості відсутні відповіді представників комп'ютерної галузі. Ну і переважна більшість відповідей, як і для концепту ІСТИНА, надана викладачами (16).

Наступним у першому порядку значимості ціннісних концептів 8 респондентів лише двох вікових категорій – від 17-23 років і 24-30 років вказали концепт КОРИСТЬ, 7 жінок і 1 чоловік, з-поміж яких 1 представник комп'ютерної галузі.

Для цієї ж вікової групи першим ціннісно значимим концептом є КРАСА, який відзначений 7 респондентками – жінками, серед яких є 1 представниця зі сфери виробництва.

Менше 10% опитаних відзначили в першому порядку ціннісних значимостей концепти КОРИСТЬ (8 з 97 опитаних) і КРАСА (7 з 97 опитаних). Ці спостереження відображають ще більш чіткі й прагматичні ціннісні інтереси і мотивації опитаної категорії респондентів.

Поодинокі від 3 до 1 реакції надали респонденти, для яких в першому порядку значимостей однаково ціннісними є різні конфігурації концептуальних понять, наприклад, ІСТИНА – КОРИСТЬ, ІСТИНА – ДОБРО – КОРИСТЬ, що свідчить про комплекс мотиваційних інтересів, які здатні забезпечити людині комфорт, успіх і всі її прагнення. І лише 2 респонденти з 97, які надали відповіді в цій категорії, окреслили свій мотиваційний міні-континуум, вказавши в першому порядку значимостей всі чотири концепти ІСТИНА – ДОБРО – КРАСА – КОРИСТЬ, для яких лише разом вони становлять цілісну світоглядну індивідуальну парадигму, а не лише певний її фрагмент.

Результати відповідей респондентів щодо конфігурацій ціннісних концептів у міні-моделях з домінантним концептом ІСТИНА дають підстави зробити такі узагальнення.



Другим за порядком значимості **26** (23 жінки і 3 чоловіків) респондентів визначили концепт ДОБРО, 7 з яких здебільшого спілкуються російською мовою і 21 з яких належить до вікової категорії від 17-23 років. Це ті опитані (**35**), для яких першочергове значення має концепт ІСТИНА, а також ті, які надали поодинокі реакції (від 3-х до 1), де на першому місці наявні 5 моделей конфігурації двох ціннісних концептів для опитаних (від 3-х респондентів до одного) (див. табл. 4.12).

Концепт ІСТИНА, визначений як ціннісно значимий першого порядку, представлений по-різному в конфігураціях з іншими концептами за порядком значимості: третього і четвертого.

Таблиця 4.27

Концепт ІСТИНА як першочерговий у порядку значимості  
та його конфігурації з іншими концептами

Ціннісні концепти	Кількість
<b>Перший за значимістю концепт</b>	
<b>ІСТИНА</b>	<b>35</b>
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
ДОБРО	26
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
КОРИСТЬ	25
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
КРАСА	30
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
КОРИСТЬ	8
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
ДОБРО	5
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
ДОБРО	3
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
КРАСА	1
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
КРАСА	3
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
КОРИСТЬ	1
<b>2 концепти третій за значимістю</b>	
КРАСА, КОРИСТЬ	1
ДОБРО, КРАСА	1

Третім за порядком значимості після концепту ДОБРО 25 опитаних з 35 поставили концепт КОРИСТЬ і ще менш значимим для цієї групи українців виявився концепт КРАСА (30 реакцій із 35).

З огляду на такі результати, концепт ДОБРО, визначений 33 опитаними як перший за значимістю і 26 – як другий в комбінації ціннісної моделі ІСТИНА – ДОБРО є тим ментальним утворенням, що відображає в етномовній свідомості українців важливість для них продовження традицій (а значить їх стійкості й непохитності) і разом з тим морально-етичних категорій і понять, які є запорукою цих правил життя.

Концепт КОРИСТЬ 25 опитаних із 35, для яких вершиною їх ціннісної міні-моделі є концепт ІСТИНА, і з 97, які надали реакції для цього завдання анкети і зі 110, що взяли загалом участь в експерименті, вказали третій порядок його значимості для їхнього мотиваційного інтересу й очікуваного результату. Очевидно, це можна пояснити давніми реліктами праслов'ян, які збереглися у свідомості сучасних українців, для яких колись “користь” як їхня етнічна константа мала здебільшого негативно-оцінний полюс (див. Розділ 3 дис.).

Ну і концепт КРАСА не є мотиваційно значимим для цих респондентів як у першому порядку його пріоритетності (лише 7 реакцій), так і в міні-моделі з вершиною ІСТИНА і вибудованим опитаними порядком: ІСТИНА ДОБРО, ІСТИНА – КОРИСТЬ, ІСТИНА – КРАСА, де 30 респондентів поставили його на четверте за значимістю для них місце.

Припускаємо, що такі асоціації українців, імовірно, пов'язані з тривалим міфолого-релігійним й історико-культурним процесом становлення цієї аксіолого-естетичної категорії, яка мала і нині має амбівалентну оцінку (зумовлену або внутрішньою стороною краси, або зовнішньою, ставлення до яких, а відтак, і оцінка залежить, як правило, від індивідуального сприйняття цієї категорії), про що докладно описано також у Розділі 3 дис.

Можливо, тому обидва ціннісні концепти КОРИСТЬ і КРАСА українці, переважно молодь, визначають не з-поміж перших і других за значенням.

А в міні-моделі ІСТИНА (35) – КОРИСТЬ (8), ІСТИНА (35) – ДОБРО (5), де для 8-х респондентів із 35 другим за значимістю є концепт КОРИСТЬ, концепт КРАСА загалом ніхто не визначив. Його позначив в іншій міні-моделі з вершиною ІСТИНА лише 1 респондент як другий за значимістю, для 3-х опитаних він є третім за порядком і які концепт ДОБРО взагалі не позначили. Звісно, позитивним є той факт, що в цій конфігурації відповідей 35 опитаних, для яких вершиною ціннісних мотивацій є ІСТИНА, лише для 5-х респондентів концепт ДОБРО є не досить значимим (які віднесли його до третього порядку), і ще менше опитаних – зокрема 3 – до четвертої конфігурації ІСТИНА (35) – ДОБРО (3), для яких він майже загалом не значимий в їхніх мотиваційних інтересах.

Це свідчить про те, що морально-етичні національні константи в єдності з нормами, порядками і законом є асоціативними домінантними мотиваційного континууму аксіоконцептосфер українців.

Що стосується концепту КОРИСТЬ, який у першому порядку визначили 8 опитаних і майже стільки ж (9) у другому порядку значимих концептуальних цінностей в вершиною ДОБРО (33), в більшій кількості відповідей опитаних (15) вказали його третім за порядком. Це підтверджує зроблені вище припущення щодо таких реакцій 33 опитаних українців, для 15 з яких характерна асоціативна міні-модель ДОБРО (33) – ІСТИНА (15), що свідчить про їхні очікування в отриманні результату від милосердя як вияву добра, поваги до оточення тощо разом зі збереженням національних традицій, норм і правил життя, а також виховання в собі справедливості, бо “істина” і “правда” як першоконстанти започатковували в наївній давній свідомості індоєвропейців, а згодом і праслов’ян, а потім і українців як етносу ці цивілізаційні установки Буття загалом. Тимчасом для 9 українців домінантною є міні-модель ДОБРО (33) – КОРИСТЬ (9), які очевидно асоціюють це поняття з матеріальними благами. Водночас 14 разом респондентів із 33 третім (7) і четвертим (7) за порядком значимості поставили концепт ІСТИНА. Це може свідчити про негативні тенденції в

домінуванні ціннісних домінант українців, які або не вірять у справедливість, закон тощо, або вважають, що це поняття не сприяє досягненню їх мотиваційних інтересів.

Цікавими виявилися схеми і напрями мислення щодо ціннісних пріоритетів 6 українців з домінантною для них міні-моделлю ДОБРО (33) – КРАСА (6). Конфігурація, де концепт КРАСА є другим за порядком значимості, дає підстави припустити, що для цих респондентів добро пов’язане з внутрішньою стороною краси, з внутрішніми якостями людини, її мотивацією до добра, що є виявом краси. Хоча для 14 опитаних українців, які позначили вершину ДОБРО, концепт КРАСА визначений як четвертий за порядком значимості, тобто малозначимий. Примітним для цієї категорії поодиноких респондентів, які на перше місце за значимістю поставили морально-етичний концепт ДОБРО, другий порядок значимості після нього вони вказали не для одного концепту, а для двох: ІСТИНА – КРАСА, КРАСА – КОРИСТЬ, і один респондент позначив 3 концепти в комбінації: ІСТИНА – КРАСА – КОРИСТЬ і ДОБРО – на першому.

Таблиця 4.28

Концепт ДОБРО як першочерговий у порядку значимості

Ціннісні концепти	Кількість
<b>Перший за значимістю концепт</b>	
ДОБРО	33
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
ІСТИНА	15
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
КОРИСТЬ	15
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
КРАСА	14
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
КОРИСТЬ	9
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
КРАСА	8
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
КОРИСТЬ	6
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
КРАСА	6
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
ІСТИНА	7
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	

ІСТИНА	7
<b>2 концепти другі за значимістю</b>	
ІСТИНА, КРАСА	1
КРАСА, КОРИСТЬ	1
<b>2 концепти треті за значимістю</b>	
ІСТИНА, КРАСА	2
КРАСА, КОРИСТЬ	1
<b>3 концепти другі за значимістю</b>	
ІСТИНА, КРАСА, КОРИСТЬ	1

Таблиця 4.29

Концепт КОРИСТЬ як першочерговий у порядку значимості

Ціннісні концепти	Кількість
<b>Перший за значимістю концепт</b>	
<b>КОРИСТЬ</b>	<b>8</b>
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
ІСТИНА	5
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
ДОБРО	6
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
КРАСА	4
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
КРАСА	2
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
ІСТИНА	1
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
ІСТИНА	2
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
ДОБРО	1
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
КРАСА	1
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	

З 97 респондентів 8 у першому порядку ціннісних значимостей поставили концепт КОРИСТЬ, 5 з опитаних на другому за ним порядку позначили концепт ІСТИНА, 2 – концепт КРАСА і 1 опитаний – концепт ДОБРО.

Які тенденції відображають ці показники. По-перше, можна припустити, що мотиваційні цінності цих українців асоціюються з тим, що є корисним для них, і пов'язують цю користь з різними життєвими установками: 5 – зі справедливістю, законом, правдою, традиційними правилами, 2 – з тим, що приносить естетичне задоволення, 1 – що стимулює прояв моральних відчуттів. По-друге, як уже вище було зазначено в підсумку

результатів отриманих реакцій українців щодо перших за порядком значимості для них концептів, концепт КОРИСТЬ в асоціативній свідомості 7 жінок і 1 чоловіка (представника комп'ютерної сфери) двох наймолодших за віком категорій відображає їхню ціннісну прагматику, зокрема уявлення про те, що цінності насамперед усвідомлюються тоді, коли вони приносять користь. Можна сказати, що певною мірою це властиво людям, які розраховують на певний зиск у житті.

Концепт КРАСА в першому порядку значимостей поставили лише 7 опитаних із 97. 3 респондентів у другому порядку до цього концепту визначили концепт ДОБРО, що свідчить про гармонію для цих опитаних естетичних і етичних цінностей, а не істини і, скажімо, користі (лише один респондент другим за значимістю до концепту КРАСА вказав концепт КОРИСТЬ, але не один, а в комбінації з концептом ДОБРО). Ці опитані, очевидно, романтики, які цінують красу зовнішню і внутрішню в усьому, люди, які є спостережливими, люблять подорожі, книги тощо.

Таблиця 4.30

Концепт КРАСА як першочерговий у порядку значимості

Ціннісні концепти	Кількість
<b>Перший за значимістю концепт</b>	
<b>КРАСА</b>	<b>7</b>
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
ІСТИНА	2
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
ДОБРО	1
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
ІСТИНА	2
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
ДОБРО	3
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
ІСТИНА	1
<b>1 концепт четвертий за значимістю</b>	
ДОБРО	2
<b>1 концепт другий за значимістю</b>	
КОРИСТЬ	1
<b>1 концепт третій за значимістю</b>	
КОРИСТЬ	4
<b>2 концепти другі за значенням</b>	
ДОБРО-КОРИСТЬ	1

Опрацьовані результати відповідей дають підстави для таких узагальнень: першочерговими ціннісними домінантами для опитаних українців є концепти ІСТИНА (35) і ДОБРО (33) (70%, що надали ці відповіді (97 респондентів зі 110 учасників експерименту)). Це ті опитані, які мають односпрямовані ціннісні орієнтири – переважно пов’язані з усвідомленням значимості “Істини” та “Добра для свого життя (вочевидь, асоціативно ототожнюючи ці поняття з правдою, законом, порядком, традиціями, нормами життя, справедливістю, милосердям, толерантністю тощо). І, якщо брати попередні результати відповідей, наданих на стимул “Інтерес”, його “Значимість” і “Результат”, то для більшості опитаних – це реакція *сім’я* як запорука стабільності й життєвих установок, душевної рівноваги і гармонії), а також морально-етичних відчуттів, з якими опитані асоціюють концепт Добро (знову ж таки, в попередніх реакціях вони ототожнюють це поняття з матеріальним благом, одночасно в інших категоріях спостерігаємо асоціати *друзі, взаєморозуміння, внутрішня рівновага* та ін.).

Водночас для 14 респондентів концепт ІСТИНА не є навіть другорядним за значимістю, що може свідчити про негативні тенденції в домінуванні ціннісних домінант українців, які або не вірять у справедливість, закон тощо, або вважають, що це поняття не сприяє досягненню їх мотиваційних інтересів. Що стосується концептів КРАСА (7) і КОРИСТЬ (8), то вони не належать до асоціативних національно-ціннісних домінант опитаних українців. Лише для 15 респондентів разом вони є першочерговими за значенням.

#### **4.5 Асоціації британців й українців щодо співвідношення 10 мотиваційно пов’язаних загальних категорій цінностей із трьома видами потреб: вітальних, соціальних, індивідуальних**

Наступне завдання стосувалося подальшого виявлення асоціацій респондентів, пов’язаних із їхніми уявленнями про 10 мотиваційно

пов'язаних категорій цінностей, визначених Ш. Шварцем, в їхній кореляції з трьома основними категоріями мотиваційних інтересів / значимих потреб британців й українців: біологічних/вітальних, соціальних або індивідуальних. Звісно, що питання розмежування потреб від інтересів людини й донині в аксіологічній науці (і особливо в психології) залишається дискусійним. Проте, на нашу думку, вони настільки тісно пов'язані між собою, що одне поняття не виключає інше, а, якщо точніше, то між ними наявні синергетично-холістичні відношення.

Таблиця 4.31

Категорія цінностей	Індивідуальні	Соціальні	Соціальні й індивідуальні	Інше
<b>Power</b>	65	18	17	3

Серед 103 респондентів 65 опитаних усіх вікових категорій, крім 50+ віднесли категорію Power до індивідуальних потреб. 3 респонденти віком 50+ позначили “Інше”. З соціальними потребами Power асоціюють студенти (18 реакцій) віком від 17-23 років. Опитані вікової категорії від 40-49 років одночасно позначили, що Power належить до соціальних й індивідуальних потреб. При цьому зауважимо, що до вітальних потреб жоден респондент не відніс цю категорію.

Таблиця 4.32

Категорія цінностей	Соціальні	Індивідуальні	Вітальні	Соціальні й індивідуальні	Вітальні й соціальні	Вітальні, соціальні й індивідуальні	Ін.
<b>Влада</b>	60	11	2	28	3	3	1

Як свідчать результати опитування українців, 60 респондентів зі **108 опитаних** відносять **Владу** до соціальних потреб, з яких переважно молодь (47 респондентів), віком від 17-23 років і які здебільшого спілкуються українською мовою, вважаючи її рідною мовою. Серед інших вікових категорій зафіксована й російська мова спілкування для 15 опитаних.



28 респондентів (25 жінок і 3 чоловіків) вказали, що Влада для них є одночасно як соціальною, так й індивідуальною потребою. І це теж переважно вікова група від 17-23 років (17 респондентів). Але при цьому один із респондентів уточнив, що категорія Влада належить до політичних цінностей. Звісно, так, але політика формується в соціумі, функції якої – забезпечити потреби й інтереси його представників. Тому цікаво було дізнатися думку респондентів, які ж саме потреби вони пов'язують із ціннісною категорією Влада. І відповідь очевидна, що передовсім студентська молодь її асоціює із *соціальними й соціально-індивідуальними* і почасти з *індивідуальними потребами*, що свідчить про необхідність соціально-орієнтованого політичного устрою української демократичної держави, але з акцентом на суб'єктності кожного члена такого суспільства з його мотиваційними інтересами і потребами.

11 респондентів трьох вікових категорій (від 17-23 років, 24-30 років, 40-49 років) вважають, що влада має сприяти реалізації їхніх індивідуальних потреб. І лише 2 респонденти: один віком від 17-23 років і один – 40-49 років асоціюють її безпосередньо із вітальними потребами, тобто з життям, яке, на їхню думку, залежить від влади. Тимчасом 3 респонденти, віком від 17-23 років вважають, що влада має забезпечити всі три категорії потреб. Серед них є представник сфери культури з магістерською освітою, який народився в Україні, але переважно спілкується російською мовою, яка є для нього рідною мовою, і студентка, яка спілкується українською мовою як рідною і мовою спілкування.

11 опитаних вважають, що Влада обирається для забезпечення не лише колективних соціальних потреб, а й індивідуальних, коли кожен громадянин відчує її значимість особисто для себе. Але зі 108 респондентів так міркують, судячи з відповідей, лише 10 відсотків українців.

Суто з вітальними потребами Владу пов'язують лише 2 респондентів, які визначили її у категорії вітальних потреб, 1 – жінка віком від 24-30 років і 1 віком від 31-39 років.

Звісно, що такі уявлення про призначення Влади можуть свідчити про потреби захисту фізичного і фізіологічного людського життя.

Другою категорією у списку 10 мотиваційно пов'язаних категорій цінностей є **Achievement**, яку однакова кількість британських респондентів (33) відносять до індивідуальних і соціальних потреб.

Таблиця 4.33

Категорія цінностей	Індивідуальні	Соціальні	Вітальні	Соціальні й індивідуальні
<b>Achievement / Success</b>	33	33	13	26

Очікуваним є те, що молоді люди віком від 17-23 років, які є мотивованими, такими, що прагнуть досягнень і розвитку у своєму житті, зазначили, що ця ціннісна категорія задовольняє їхні вітальні потреби. Також віковій категорії від 17-23 років і 31-39 років віднесли Achievement одночасно до соціальних й індивідуальних потреб.

49 опитаних українців (чоловіків 5 і жінок – 44) **Досягнення** асоціюють, зрозуміло, що також із індивідуальними потребами, з яких 30 респондентів віком від 17-23 років.

Таблиця 4.34

Категорія цінностей	Індивідуальні	Соціальні	Вітальні	Соціальні й індивідуальні	Вітальні й індивідуальні	Вітальні й соціальні	Ін.
<b>Досягнення</b>	49	8	2	30	12	1	6

До вітальних й водночас індивідуальних потреб цю категорію віднесли 12 українських респондентів (8 жінок і 4 чоловіків) переважно віком від 17-23 років. Вочевидь ці респонденти досягнення розуміють як життя загалом і здоровий спосіб життя зокрема, про що свідчать попередні реакції, надані на стимул мотиваційний Інтерес і його Результат.

Лише 8 респондентів категорію досягнення асоціюють із соціальними потребами, і знову ж таки – це здебільшого студентська молодь віком від 17-23 років.

Припускаємо, що це ті опитані українці, які пов'язують досягнення з кар'єрою, успіхом тощо й очікують на сприяння більшою мірою соціального ліфту, ніж розраховують на індивідуальні можливості й переваги.

6 респондентів (5 жінок і 1 чоловік) вікової категорії від 17-23 років асоціюють досягнення з усіма трьома категоріями потреб.

Ці відповіді загалом демонструють устремління і прагнення українців бути активними індивідами, для яких досягнення є мотиваційним стимулом у житті. Так вважають майже 53 відсотків опитаних (49 зі 108 респондентів).

Наступну категорію **Pleasure** зі 105 опитаних британців 40 респондентів, серед яких переважає молодь віком від 17-23 років (29 чоловіків і 26 жінок) і які визначили її як таку, що має сприяти забезпеченню їхніх індивідуальних потреб. Соціальною ж її вважають опитані старшого віку 50+, які за національною ознакою ідентифікують себе англійцями. Респонденти віком від 24-30 років пов'язують Pleasure з реалізацією всіх 3 видів потреб. 3-поміж них за гендерною ознакою всі чоловіки, які народилися у Великій Британії.

Респондентами віком від 40-49 років категорія Pleasure також асоціюється з 3 видами потреб й одночасно з категорією “Інше”, але без диференціації, з якими саме.

Таблиця 4.35

Категорія цінностей	Індивідуальні	Соціальні	Соціальні й індивідуальні	Вітальні, соціальні, індивідуальні	Вітальні, соціальні, індивідуальні та ін.
<b>Pleasure</b>	40	23	21	15	6

Зі 108 отриманих відповідей українців найбільша кількість респондентів віднесла **Гедонізм** до індивідуальних потреб (51 респондент), серед яких представлені всі вікові категорії. Найчисленнішою виявилась група також група від 17-23 років (32 респонденти), інші вікові категорії її відзначили менше: 24-30 років (6 респондентів), 31-39 років (8 респондентів), 40-49 років (3 респонденти) і 50+ – 2 респонденти.

Таблиця 4.36

Категорія цінностей	Індивідуальні	Вітальні й індивідуальні	Соціальні	Соціальні й індивідуальні	Вітальні	Вітальні й соціальні	Вітальні, соціальні й індивідуальні	Ін.
<b>Гедонізм</b>	51	22	4	8	15	1	6	1

За професійним спрямуванням представлені всі категорії, які брали участь в експерименті: викладачі (28 респондентів), філологи/перекладачі (10 респондентів), студенти (9 респондентів), психолог (1 респондент), представники сфери мистецтва (1 респондент), промисловості (1 респондент) і комп'ютерної галузі (1 респондент). Серед опитаних 45 жінок і 6 чоловіків. Гедонізм як задоволення загалом, тобто насолоду від життя: фізичного і фізіологічного й зокрема індивідуального, уявляють 22 респонденти зі 108 опитаних, які віднесли це поняття до вітальних й водночас індивідуальних потреб та інтересів. Вікова категорія опитаних 17-23 (19 респондентів), 24-30 (2 респонденти), 31-39 (1) респондент.

Серед них 8 вчителів, 7 студентів, 3 перекладачів, 3 представника комп'ютерної галузі і 1 – зі сфери промисловості. Соціальні інтереси і потреби зазначили 4 респонденти, серед яких 3 опитаних віком 17-23 років і 1 – 40-49 років. За гендерною ознакою респонденти належать до жінок і працюють викладачами.

15 респондентів гедонізм пов'язують лише з отриманням задоволення від життя у широкому розумінні, звісно ж, вкладаючи вочевидь у це поняття здоров'я, силу, наснагу, позитивні емоції, подорожі, користь тощо. Це опитані всіх вікових категорій, але переважно молодь від 17-23 років (11 респондентів): вчителі (10 респондентів) і студенти (4 респонденти).

Цікаво, що 8 опитаних Гедонізм асоціюють із соціальними й індивідуальними потребами. Це означає, що задоволення для них є ціннісним у комплексі реалізації соціальних і особистих потреб. Це жінки-студентки (4

респондентки), вчителі (3 респонденти) і 1 чоловік – представник рекламної галузі.

Для 6 опитаних ціннісна категорія Гедонізм пов’язана з отриманням насолоди і задоволення від всіх трьох категорій потреб: від широких вітальних, орієнтованих соціальних і до вузьких – індивідуальних потреб. Це переважно молодь віком від 17-23 років (4 респонденти), з яких 3 жінок і 3 чоловіків.

1 респондентка віком від 17-23 років до категорії інших потреб, зокрема естетичних, віднесла Гедонізм. Очевидно для неї задоволення – це краса в усіх її проявах, починаючи від краси земної тощо.

Таблиця 4.37

Категорія цінностей	Індивідуальні	Соціальні	Вітальні й соціальні	Вітальні й індивідуальні	Вітальні, соціальні, індивідуальні
<b>Stimulus</b>	46	44	6	6	3

**Stimulus** як ціннісну категорію зі 105 опитаних британців 46 респондентів віком від 17-23 років і 31-39 років пов’язують з індивідуальними потребами. Майже стільки ж опитаних (44 респонденти) асоціюють її з задоволенням соціальних потреб, серед них переважають вікові групи від 40-49 років і 50+, до яких за гендерною ознакою належать чоловіки. Реалізацію всіх 3 видів потреб вбачають 3 респондентки віком від 40-49 років, які народилися поза межами Великої Британії. Інші конфігурації потреб: вітально-соціальні й вітально-індивідуальні вказали молоді респонденти-британці віком від 17-23 років і 24-30 років, для яких мотивація до дій є особливо важливою і необхідною умовою для досягнення певного позитивного результату в житті.

Таблиця 4.38

Категорія цінностей	Вітальні	Соціальні	Індивідуальні	Ін.
<b>Стимуляція</b>	21	29	55	1

106 українських респондентів зі 110 опитаних чітко диференціюють Стимул у плані його розуміння для реалізації трьох видів потреб. Серед 4

респондентів, які відмовилися надавати відповіді, 1 респондентка віком від 17-23 років – вчителька з магістерським рівнем освіти не зрозуміла запитання. Стимуляцію як одну з ціннісних категорій віднесли до індивідуальних потреб 55 респондентів, до соціальних – 29 респондентів і до вітальних – 21 респондент. Серед опитаних, які асоціюють цю категорію з індивідуальними потребами в реалізації своїх інтересів, представлені всі вікові категорії опитаних, переважно молодь від 17-23 років – 42 респонденти. Звісно, що ця вікова категорія загалом є найчисленнішою (72%) групою серед тих опитаних, які взяли участь в експерименті. Для реалізації індивідуальних потреб стимул розглядають як важливий чинник навіть 3 респонденти, що мають уже науковий ступінь.

Стимул як цінність для 29 опитаних, які працюють в освітній сфері, комп'ютерній та промисловій галузях, перекладачами та є ще студентами, є значимим для реалізації соціальних потреб. Вочевидь, це ті респонденти, для яких стимулом є соціальні інститути (наприклад, сім'я, робота, влада тощо), а не індивідуальна мотивація. Для 21 респондента стимул пов'язаний з вітальними потребами. Це означає, що мотивом для таких українців є життя загалом, їхнє здоров'я, фізичний і психо-емоційний стан, загальний настрій тощо.

Ціннісну категорію **Independence** зі 105 опитаних 38 респондентів визначили як таку, що задовольняє соціальні потреби британців.

Таблиця 4.39

Категорія цінностей	Соціальні	Вітальні	Вітальні й індивідуальні	Соціальні й індивідуальні
<b>Independence</b>	38	23	21	23

Це респонденти вікових інтервалів від 17-23 років і 50+. Також молодь від 17-23 років віднесла категорію Independence до соціальних і водночас індивідуальних потреб. З вітальними потребами Independence пов'язують всі респонденти у віковій категорії від 40-49 років, серед яких 10 жінок і 13 чоловіків. Вітальною і індивідуальною потребою дану категорію визначили

опитані британці віком від 31-39 років. Цікаво, що самостійність опитані британці (23 респонденти) пов'язують ще й винятково з життєвими потребами, вочевидь, прагнучи свободи у прийнятті важливих для себе життєвих рішень, приватності життя тощо.

Що стосується українських респондентів, то категорія Самостійність як Свобода є ціннісно значимою для 109 опитаних, переважна більшість з яких (56 респондентів усіх вікових категорій) її відносять до індивідуальних потреб.

Таблиця 4.40

Категорія цінностей	Індивідуальні	Соціальні	Соціальні й індивідуальні	Три категор.	Вітальні й соціальні	Вітальні й індивідуальні	Ін.
<b>Самостійність Свобода</b>	56	10	19	7	1	9	7

Очевидно, це відповіді тих українців, для яких це є найголовнішим стимулом у житті для досягнення й отримання від цього задоволення.

19 українців самостійність вважають не лише індивідуальною, а й соціальною категорію, де остання гарантує їм таке їхнє індивідуальне право, передбачене Конституцією України. І суто з соціальними потребами Самостійність асоціюють 10 респондентів. Таких реципієнтів разом близько 30%, серед яких усі вікові категорії опитаних.

9 опитаних Самостійність пов'язують з вітальними й індивідуальними потребами разом.

Для цих українців Свобода потрібна як цінність загалом для всіх сфер життя і як індивідуальна самостійність у прийнятті свідомих рішень. І для 7 опитаних визначена Ш. Шварцем категорія є ціннісною для реалізації всіх трьох потреб. Так вони сприймають поняття самостійності, а відтак, і свободи як комплексного феномена.

Таблиця 4.41

Категорія цінностей	Індивідуальні	Соціальні	Вітальні	Соціальні, індивідуальні
<b>Understanding</b>	33	31	29	12

Схема комунікативного мислення британців у плані взаєморозуміння рівномірно розподілилася між двома моделями **Я – Я**, адже 33 респонденти віднесли категорію Understanding до індивідуальних потреб, та **ІНШИЙ – ІНШИЙ**, оскільки 31 респондент асоціює її з соціальними потребами. Модель **Я – ІНШИЙ** характерна для комунікативної свідомості 12 опитаних британців. З вітальними потребами Understanding асоціюється у 29 респондентів. Носії такої комунікативної свідомості ще більшою мірою відображають своє прагнення знайти порозуміння з оточенням для забезпечення своїх життєвих власних потреб. Тобто можемо говорити, що тут ще більшої концентрації набуває модель **Я – Я**.

Зі 107 українських респондентів 47 – усіх вікових категорій – вважають, що **взаєморозуміння** є соціальною потребою для досягнення загальної гармонії між представниками певного соціуму. Ці асоціати, відображають модель комунікативного мислення опитаних за схемою **ІНШИЙ – ІНШИЙ**.

Таблиця 4.42

Категорія цінностей	Соціальні	Індивідуальні	Вітальні	Соціальні й індивідуальні	Вітальні й соціальні	Вітальні й індивідуальні	Вітальні, соціальні й індивідуальні	Ін.
<b>Взаєморозуміння</b>	47	12	8	26	5	3	5	1

Виходячи з дещо іншого розуміння цієї ціннісної категорії, 26 опитаних асоціюють її з соціальними й індивідуальними потребами одночасно. Схема їхнього комунікативного мислення має модель **Я – ІНШИЙ**. 12 респондентів мають модель мислення **Я – Я**, бо відносять цю категорію лише до індивідуальних потреб. Решта респондентів (21 усі разом) асоціюють її з різними конфігураціями вітальних потреб, тобто пов'язують взаєморозуміння як інструмент досягнення здебільшого життєвої рівноваги, ніж соціальної. Цікаво, що одна респондентка вважає, що ця категорія



потрібна для задоволення як соціальних, так і духовних, тобто моральних потреб.

Таблиця 4.43

Категорія цінностей	Індивідуальні	Соціальні	Соціальні, індивідуальні	Соціальні, індивідуальні, вітальні
<b>Good nature</b>	53	39	7	6

Категорія **Good nature** для 53 британців зі 105 опитаних, які надали реакції на цей стимул, пов'язана із забезпеченням індивідуальних потреб. Задоволення саме цих потреб є важливим для 3 вікових інтервалів: від 31-39 років, 40-49 років і 50+. Молодь 17-23 роки і 24-30 років асоціює дану категорію з соціальними потребами.

Одночасно до всіх 3-х видів потреб Good nature віднесли респондентки-жінки віком від 40-49 років, серед яких 4 визначили інше місце народження, ніж Сполучене Королівство. Така картина морально-етичного настрою британців свідчить про індивідуалізацію розуміння поняття добро загалом.

В українців, навпаки, ця категорія більшою мірою (30 відповідей зі 106) сприймається як така, що має забезпечувати передовсім соціальні потреби й соціальні та індивідуальні одночасно.

Таблиця 4.44

Категорія цінностей	Соціальні	Індивідуальні	Вітальні	Соціальні й індивідуальні	Вітальні й соціальні	Три категорії	Ін.
<b>Добро зичливість</b>	30	19	11	30	9	6	1

Це демонструє позитивну тенденцію і в домінуванні морально-етичних цінностей українців, які вважають, що добро повинно мати не суто колективний характер, а й індивідуальний. І лише індивіди разом у соціумі мають його сповідувати у соціальних й індивідуальних стосунках.

19 респондентів вважають, що добро має виховувати й стимулювати в собі кожен індивід. Майже стільки ж опитаних пов'язують цю категорію з

екзистенційною її роллю, бо відносять її до вітальних потреб, а також до вітальних і соціальних. А 6 опитаних Доброзичливість віднесли одразу до трьох категорій потреб, один із респондентів вказав на безпосередню роль цієї категорії, яка задовольняє моральні потреби людини.

Категорія **Tradition** переважно (65 респондентів всіх вікових категорій зі 105 опитаних) асоціюється в британців із забезпеченням і підтримкою соціальних потреб. Отримані дані свідчать про збереження багатовікової історії особливого ставлення британців до своїх національних цінностей, традицій і звичаїв. З вітальними цінностями дану категорію асоціюють 15 респондентів віком від 17-23 років.

Таблиця 4.45

Категорія цінностей	Соціальні	Вітальні	Соціальні, індивідуальні
<b>Tradition</b>	65	15	25

Зі 106 українських респондентів, які надали відповіді на цей асоціат, 82 також пов'язують цінності традицій переважно із забезпеченням соціальних потреб (59 з 82), а для 23 з 82 – це та категорія, яка ще й потрібна для задоволення соціальних й індивідуальних потреб одночасно.

Таблиця 4.46

Категорія цінностей	Соці альні	Індивіду альні	Вітальні	Соціальні й індивіду альні	Вітальні й індиві дуальні	Вітальні й соціальні	Ін.
<b>Традиція</b>	59	8	4	23	3	4	5

Лише 8 українських респондентів уважають Традицію як наслідування чогось для підтримання індивідуальних потреб, а 11 як ритуал для забезпечення вітальних потреб в різних конфігураціях з двома іншими.

5 респондентів двох вікових категорій від 17-23 років і 31-39 років вказали, що Традиція як ціннісна категорія виконує соціальну, життєво необхідну й індивідуальну роль одночасно.

Наступну ціннісну категорію **Conformity** як забезпечення соціальних потреб визначили 67 британських респондентів зі 105 опитаних, віком від 17-23 років, 24-30 років, 40-49 років.

Такий кількісний результат корелює з даними, отриманими від респондентів у ціннісній категорії Tradition, що підтверджує прагнення британців до дотримання норм, принципів і правил, прийнятих у суспільстві. З вітальними потребами цю категорію пов'язують 20 респондентів переважно однієї вікової категорії 50+.

Таблиця 4.47

Категорія цінностей	Соціальні	Вітальні	Соціальні, індивідуальні
<b>Conformity/ Compliance with Rules</b>	67	22	16

Що стосується українців, то як і в попередньо наданих відповідях, їхні реакції на стимул – ціннісну категорію “Дотримання норм і правил”, тісно пов'язаною з ціннісною категорією Традиція, кількісно розподілилися так само. Зі 107 респондентів 80 її асоціюють із забезпеченням соціальних потреб (а таких 56 з 80), а для 24 із 80 вона необхідна для задоволення як соціальних, так й індивідуальних потреб одночасно.

Таблиця 4.48

Категорія цінності	Соціальні	Індивідуальні	Вітальні	Вітальні й соціальні	Соціальні й індивідуальні	Три категорії	Ін.
<b>Дотримання норм і правил</b>	56	10	2	8	24	6	1

Ця категорія є засадничим смисловим мотиваційним центром такого концепту, як ІСТИНА, про що вже неодноразово йшлося. 10 реакцій надано в категорії суто індивідуальних потреб, як вважають українці, в їх ціннісному усвідомленні таких прескрипцій, як дотримання норм і правил, що є для них індивідуальним установками для продовження різних традицій.

8 респондентів вважають, що дотримання норм є водночас вітальною і соціальною потребою, тобто ще й життєво необхідним інструментом для соціалізації індивідів. А ще 6 українців відзначили її кореляції з усіма трьома видами потреб: і соціальними, і вітальними, й індивідуальними.

Такі результати підтверджують попередньо зроблені припущення щодо відображення смислового ціннісного навантаження концепту ІСТИНА як ядра-константи їх свідомості з варіантністю національних домінант, сформованих в українському соціумі у вигляді норм і правил життя та відповідних національно-культурних традицій.

Остання категорія **Security** асоціюється у 38 британських респондентів зі 105 опитаних з вітальними потребами, тобто зі збереженням і забезпеченням таких цінностей, як життя і здоров'я. 12 респондентів віднесли її до вітальних й індивідуальних потреб.

Таблиця 4.49

Категорія цінностей	Вітальні	Соціальні	Соціальні, індивідуальні	Вітальні, індивідуальні	Вітальні, соціальні, Індивідуальні
<b>Security</b>	38	23	12	12	20

Ці потреби визначили опитані віком від 17-23 років і 40-49 років. З задоволенням соціальних потреб Security асоціюють респонденти старшого віку 50+, а для 20 опитаних віком від 24-30 років і 40-49 вона є такою, що має забезпечити їхні вітальні, соціальні й індивідуальні потреби одночасно.

Таблиця 4.50

Категорія цінності	Соціальні	Вітальні	Індивідуальні	Соціальні й індивідуальні	Вітальні й соціальні	Вітальні й індивідуальні	Три категорії
<b>Безпека</b> (сімейна, правова, національна)	34	11	4	28	12	5	13

Категорію **Безпека** 34 українські респонденти зі 107 асоціюють з соціальними потребами. 28 опитаних її вважають, окрім соціальної, ще й

індивідуальною ціннісно значимою потребою. 23 респонденти разом її розуміють як життєво необхідну потребу, тобто вітальну (11) і одночасно як вітальну й соціальну (12). Індивідуальну безпеку (4) як цінність і особливо як життєво значиму (5) усвідомлюють 9 опитаних.

А 13 респондентів віком від 17-23 років (12 респондентів) і 24-30 років (1 респондент) віднесли категорію Безпека одночасно до вітальних, соціальних й індивідуальних їхніх потреб, усвідомлюючи, що лише в комплексі вона набуває ціннісного статусу гаранта стабільності в житті українців.

З-поміж наданих реакцій чітко простежується тенденція до уявлень опитаних про те, що ці категорії для них є ціннісними в тому разі, якщо вони забезпечуватимуть окрім соціальних потреб безпосередньо їхні індивідуальні потреби. З одного боку, це є позитивним фактором, коли людина відчуває себе індивідуумом у соціумі, його суб'єктом, а з іншого боку, суцільна індивідуалізація в розумінні ціннісно-соціального устрою суспільства може призвести до трансформації таких колективних понять, як народ, етнос у бік їхньої демографізації, тобто як населення. Це є небезпечним чинником для збереження національної ідентичності, власного менталітету і етнічної стратифікації кожного суспільства.

#### **4.6 Асоціації британців й українців щодо співвідношення аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ із трьома видами потреб**

Попередні експериментальні спостереження за асоціативно-мотиваційними інтересами британців й українців, порядком їхньої значимості для опитаних та очікуваними результатами, які відображають необхідність задоволення трьох видів потреб, зокрема біологічних, соціальних й індивідуальних, а також за уявленнями респондентів про співвідношення останніх із 10 найважливішими категоріями цінностей

надали ґрунтовний матеріал для систематизації асоціативно-ціннісних смислів досліджуваного мотиваційного континууму, які синергетично пов'язані із ціннісними першосмислами і сучасними національними домінантами українців, що вербалізовані в семантичних структурах імен ціннісних концептів ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ.

Звісно, що наступне завдання стосувалося питання про те, а з якими ж із цих трьох видів потреб британці й українці пов'язують кожен із чотирьох матричних концептів (табл. 4. 51, 4.52).

Прокоментуємо отримані експериментальні результати. Одразу зазначимо, і це видно з таблиці, що, наприклад, світоглядний концепт TRUTH для 45 респондентів з 105, які надали відповіді, є ціннісно-значимим для задоволення, в першу чергу, вітальних потреб. 30 опитаних пов'язують ціннісний концепт TRUTH з реалізацією соціальних потреб. У свідомості британців концепт GOOD асоціюється з індивідуальними потребами (33 респонденти), тимчасом 27 респондентів також вважають його ціннісно значимим для забезпечення соціальних потреб і 28 опитаних одночасно віднесли його до індивідуальних і соціальних потреб. Це корелює з відповідями, що надали британські респонденти (53), які вбачають індивідуальний інтерес у категорії Good nature і задоволення індивідуальних (33) і соціальних потреб (31) у категорії Understanding. Майже в однаковій пропорції між соціальними (34 респонденти) і індивідуальними (30 респондентів) потребами розподілились відповіді опитаних відносно ціннісної категорії BEAUTY. Це співпадає з реакціями британців про ціннісно-мотиваційну категорію Pleasure, яку 40 респондентів асоціюють з їхніми індивідуальними потребами. Схожими за розподілом є реакції британців на концепт BENEFIT з акцентом на соціальні потреби (32 респонденти) і водночас індивідуальні (29 респондентів).

Концепт ІСТИНА для 32 опитаних українців зі 107, які надали асоціати, є ціннісно-значимим для задоволення одночасно і соціальних, й індивідуальних потреб. Тоді як 45 українців сприймають його як важливий

для них індивідуально. Але тим не менш разом ці результати надали 77 опитаних. Вони корелюють з основним мотиваційним інтересом опитаних, ядром асоціативного поля якого є асоціат “сім’я” – той інститут, який, з одного боку, є соціальним, і про це уявляють українці, бо більша половина їхніх реакцій, наданих на стимули Традиція (59) і Дотримання норм і правил (56), свідчить, про те, що ці ціннісні категорії вони пов’язують із соціальними потребами, а з іншого, концепт ІСТИНА – вони віднесли переважно до індивідуальних (45) зі 107 й індивідуальних і соціальних потреб одночасно (32). Знову ж таки концепт ДОБРО як і попередній індивідуалізується в асоціативно-ціннісній свідомості українців (див. табл. 52). І це дає підстави припустити, що в мовній свідомості сучасних українців поняття колективної моралі й етики трансформується в мотивацію індивідуального ціннісного інтересу в розумінні добра як вияву милосердя, співчуття. І хоча 30 українців категорію Доброзичливість віднесли до соціальних потреб (очевидно, це залишки давніх етнічних констант праслов’ян та їх нащадків, збережені у свідомості й сучасних українців, оскільки у старослов’янській мові (а це середньовіччя) деривати добра вказували на соціальний статус людини, відповідно тому це поняття стало соціологізованим (*добро-роднь* “знатний, благородний”, тобто знатна людина, по суті, мала бути доброю); тимчасом і ще 30 опитаних – вже до соціальних й індивідуальних одночасно і 19 респондентів – суто до індивідуальних. 54 опитані вважають, що ціннісний концепт КРАСА має задовольняти індивідуальні потреби. 17 українців асоціюють його як з індивідуальними, так і з колективними потребами. Ці реакції корелюють з уявленнями українців (51 респондент) про таку ціннісну категорію, як Гедонізм, яка, на їхню думку, також стосується індивідуальних потреб. Майже в однаковій пропорції розподілилися відповіді українців на стимул КОРИСТЬ, але все ж таки, як і попередні ціннісні концепти, з акцентом на індивідуалізації (28) й водночас індивідуалізації й соціалізації (31). Але при цьому 21 опитаний його пов’язує суто з соціальними потребами.

Як підсумок, зазначимо, що індивідуалізацію потреб українці пов'язують здебільшого з такими ціннісними концептами, як ІСТИНА і КРАСА. Припускаємо, що індивідуалізація ціннісної категорії ІСТИНА, а не соціальне її сприйняття як стійкості норм і порядків, законів і справедливості асоціюється у свідомості майже половини опитаних українців із власною відповідальністю за порядок у соціумі і прагматизмом. Ще більшою мірою індивідуалізується ціннісно-естетична категорія КРАСА і власне ціннісний концепт КРАСА, і це підтверджує домінуючі мотиваційні інтереси українців, які прагнуть гармонії і душевної рівноваги. Останні категорії є виявом уявлень про ціннісну значимість концепту ДОБРО. Тенденція до індивідуалізації добра може свідчити про те, що в мовній свідомості сучасних українців поняття колективної моралі й етики трансформується в мотивацію індивідуального ціннісного інтересу в його розумінні як вияву милосердя, співчуття.

#### **4.7 Асоціативні поля вербалізації бінарних пар аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY/ КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ**

Розуміючи ще на етапі укладання анкети, що будь-яка цінність сприймається в бінарній кореляції сприятливості/шкідливості для людини, і це показують тенденції до індивідуалізації ціннісних концептів, які за своєю онтологічною природою є колективними діахронно-синхронними ментальними утвореннями, було вирішено запропонувати респондентам запитання й отримати реакції щодо їхніх уявлень про бінарні пари для кожного із чотирьох ціннісних концептів, тобто ті протилежні вербалізатори, які колись були еквіполентними смислами в одному індоєвропейському і прагерманському чи праслов'янському синкретичному корені.



Таблиця 4.51

Ціннісні концепти	Індивідуальні потреби	Індивідуальні й соціальні потреби	Індивідуальні й вітальні потреби	Соціальні потреби	Соціальні й вітальні потреби	Вітальні потреби	3 види	Інше
<b>TRUTH</b>	14	-	16	30	-	45	-	-
<b>GOOD</b>	33	28	17	27	-	-	-	-
<b>BEAUTY</b>	30	14	-	34	11	-	-	16
<b>BENEFIT</b>	29	26	-	32	-	-	18	-

Таблиця 4.52

Ціннісні концепти	Індивідуальні потреби	Індивідуальні й соціальні потреби	Індивідуальні й вітальні потреби	Соціальні потреби	Соціальні і вітальні потреби	Вітальні потреби	3 види	Інше
<b>ІСТИНА</b>	45	32	8	12	-	6	3	1
<b>ДОБРО</b>	28	33	4	19	4	11	8	-
<b>КРАСА</b>	54	17	12	5	4	5	9	1
<b>КОРИСТЬ</b>	28	31	8	21	4	4	11	1

## Бінарні (протилежні) пари до стимулу-концепту TRUTH

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
lies	42	0,4330
<b>Периферія</b>		
falsity	18	0,1856
deceit	13	0,1340
fake	10	0,1031
falsehood	5	0,0515
dishonesty	3	0,0309
untruth	2	0,0206
falseness	1	0,0103
mendacity	1	0,0103
wrong	1	0,0103
beauty	1	0,0103
Разом	97	1,0000

Британські респонденти надали 97 відповідей, з яких різних реакцій виявилось 11 і 8 респондентів відмовилися відповідати.

Ядром асоціативного поля бінарних реакцій на стимул TRUTH є лексема *lies*, ближню периферію утворюють бінарні кореляти *falsity* (18), *deceit* (13), *fake* (10).

Асоціат *lie* є віддієслівною іменниковою формою, дериватом від дієслова *to lie*, яке походить від п.-герм. кореня *\*leuganan* і пов'язане з і.-є. коренем *\*leugh-/lough-* зі значенням “брехати” [Левицький, т. 1, с. 353]. Також простежується генетична спорідненість з псл. *\*l̥gati* “зрадницький”, зі староцерковнослов'янською мовою *lugati* у значенні “брехати; брехня”, які також пов'язані з і.-є. коренем *\*leugh-* [<https://www.etymonline.com/search?q=lie>; Левицький, т.1, с. 353].

У сучасному словнику англійської мови лексема *lie* має 2 основні значення: 1) свідомо сказати те, що не відповідає дійсності; 2) те, що не відображає справжні факти чи ситуацію [Longman Dictionary of Contemporary English <https://www.ldoceonline.com/dictionary/lie>].

З цих етимологічних і сучасних значень лексеми *lies*, наведеної як бінарну пару до імені концепту TRUTH, випливають чіткі уявлення

британців про те, якою є для них протилежність істині. І це, насамперед свідоме спотворення фактів, ситуацій або дійсності.

Від українців отримано 108 реакцій, з яких різних 19 і 7 відмовились надати реакцію. Ядром асоціативного поля бінарних реакцій на стимул ІСТИНА є також лексема *брехня* (43 відповіді), ближню периферію утворюють бінарні кореляти *неправда* (17), *хиба* (13), *омана* (9).

Якщо простежити діахронно-синхронну семантичну структуру ядерного асоціата *брехня*, що є віддіслівною іменниковою формою, дериватом від дієслова *брехати*, яке сягає псл.\**brexati* (<\*breksati) “ляяти, кашляти” і пов’язане з і.-є. коренем \**bher-/bherk-*(ЕСУМ, Мельничук, стор. 253-254). І.-є. корінь \**bher-* може бути дериватом кореня *bhā-1* зі значенням “говорити” і *bhā-2* “бити, різати, обробляти гострим інструментом” (Левицький, т. 2, с. 243), то можна припустити, що уже в індоєвропейців акт говоріння мав магічну силу і був пов’язаний з першосмислами такої акціональної дії, як “биття”, про що уже було зазначено в Розділі 3, яке згодом набуло конкретизації в різних індоєвропейських групах мов, для яких уже були характерні свої етимони з семантикою говоріння.

Від псл. кореня \**brexati* утворилося д.-укр. дієслово *брехати* “ляяти (про собак і лисиць)” і “брехати” і укр. *брехати* “брехати”, “ляяти” (Трубачев, с. 13-14), яке не втратило первісну семантику “говоріння” як і семантику “різати, бити, обробляти гострим інструментом”, але в розумінні праслов’янами гучного голосу, який є різким і гострим і таким, який вочевидь спрямований на деструкцію чогось, а значить, якое порядку, чогось усталеного.

Таблиця 4.54

Бінарні (протилежні) пари для стимулу-концепту ІСТИНА

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
<i>брехня</i>	43	0,3981
<b>периферія</b>		
<i>неправда</i>	17	0,1574
<i>хиба</i>	13	0,1204
<i>омана</i>	9	0,0833

-	7	0,0648
хибність	3	0,0278
фальш	3	0,0278
обман	2	0,0185
самовпевнена дурість	1	0,0093
ілюзія	1	0,0093
несвідомість	1	0,0093
хаос	1	0,0093
лицемір'я	1	0,0093
нерозуміння	1	0,0093
свобода	1	0,0093
кривда	1	0,0093
незнання	1	0,0093
протиріччя	1	0,0093
абсолютно протилежного немає	1	0,0093
Разом	108	1,0000

І не випадково серед бінарних асоціатів ІСТИНИ є реакції *хаос* (непорядок, безодня), *кривда*, *неправда* (як непряме, неправильне, щось викривлене в результаті обробки, биття тощо).

Про це зазначає і В. В. Жайворонок у своєму Словнику-довіднику “Знаки української етнокультури”, зокрема там ідеться про те, що *брехня* те саме, що й *непра́вда* мають значення “свідомого й злісного викривлювання дійсності на шкоду кому-, чому-небудь” з поясненням, що “споконвіку народ засуджує брехню й брехунів” (Жайворонок, с. 55).

У Словнику української мови лексема *брехня* витлумачена у трьох ЛСВ:1) те, що не відповідає правді; неправда; 2) у мн. вигадки, плітки і т. ін.; 3) гавкання[СУМ, т.1, стор. 233].

З цього випливає, що асоціативно-бінарні кореляти до концепту ІСТИНА мають чіткі семантичні лінії антиціннісних смислів, які засуджують свідоме й злісне викривлення дійсності (тобто БУТТЯ як ІСТИНИ – ПОРЯДКУ – дотримання правил і норм).

Ядром асоціативного поля бінарних реакцій на стимул GOOD є лексема *bad* (69 респондентів), найближчу периферію утворює корелят *evil* (15 респондентів). Всього було отримано 95 відповідей, 10 респондентів відмовилися відповідати.

Концепт ДОБРО викристалізувався в такій науці, як етика і став його головною категорією, але не один, а у протиставленні з його бінарною парою концептом ЗЛО. На обидва концепти людина орієнтується у своїй життєдіяльності. У ціннісному смислі їх розрізняють за оцінною шкалою і знаком: добро (творіння) – є позитивним знаком, а зло (руйнація) – негативним оператором, яке не відповідає мотиваційним інтересам, а відтак, і потребам людини.

Філософія, століттями вивчаючи стан добра і зла в світі, дійшла висновку, що добро і зло пізнаються тільки в єдності.

Таблиця 4.55

Бінарні (протилежні) пари до стимулу-концепту GOOD

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
bad	69	0,7263
<b>Периферія</b>		
evil	15	0,1579
benefit	3	0,0316
immoral	2	0,0211
wrong	2	0,0211
dishonest	1	0,0105
fake	1	0,0105
dishonourable	1	0,0105
poor	1	0,0105
Разом	95	1,0000

В етимологічному словнику зазначено, що лексема *bad* зі значенням “неадекватний, незадовільний; нещасний” з’явилася в кінці 14 століття, до 1700 року більш поширеною була лексема *evil*, однак обидві лексеми виступають антитезою поняття *good*. Більшою мірою лексема *evil* уживалась на позначення “моральної розбещеності”. Вона походить від д.-а. *yfel* “лихо, шкода”, яке сягає і.-є. *\*upelo-* із значенням “злий, поганий” [<https://www.etymonline.com/word/evil>; Pokorny p. 1107].

Сучасне розуміння прикметника *bad* представлено 9 значеннями та їхніми ЛСВ: 1) “щось неприємне, що може спричинити проблеми”, 2) “низької якості, нижче прийнятих стандартів” 3) “не придатний”, 4) “злий,

морально неправильний” 5) “суворий, жорстокий” 6) “згубний, шкідливий” 7) “погана їжа” 8) “відсутність навичок чи вмінь у певній діяльності”, 9) “груба, образлива мова” [Longman dictionary <https://www.ldoceonline.com/dictionary/bad>]. У функції іменника *bad* вживається зі значенням “погані люди, речі або події” [OAL, p. 78].

Іменник *evil* у сучасному джерелі Longman Dictionary of Contemporary English має такі значення й ЛСВ: 1) “щось погане чи шкідливе”; 2) “жорстока, морально неприпустима поведінка”. У формі прикметника представлені такі значення: 1) “хтось, хто свідомо робить жорстокі вчинки, щоб нашкодити іншим людям”, 2) “таке, що є морально неправильним, бо шкодить людям”, 3) “щось дуже неприємне” 4) “таке, що пов’язане з нечистою силою, яка здатна завдавати лихо людям” [<https://www.ldoceonline.com/dictionary/evil>]. На периферії поля зафіксована реакція *benefit* (3 респонденти). Припускаємо, що респонденти сприймають “зиск, прибуток” з негативною конотацією, тому надали її як антонімічний корелят до концепту GOOD.

У реакціях, наданих британськими респондентами, зберігається тенденція до виявлення конкретних антиціннісних смислів, а також бінарної опозиції GOOD-BAD (EVIL), на яку спирається у своєму житті людина, коли оцінює навколишній світ, бо в людській свідомості добро і зло є мірилом, що визначають рівень морального стану і спрямованості людей.

Отримані відповіді українців були очікуваними для концепту ДОБРО у плані його протилежного корелята, яким є зло (91 реакція зі 110, 6 респондентів відмовилися відповісти).

Починаючи з найдавніших часів виділяли: по-перше, праведника (саме це поняття демонструє когнітивно-матричні зв’язки з попереднім концептом ІСТИНА і його синонімом ПРАВДА, для яких опитані надали негативні оператори, ядерним з яких в їх свідомості є *брехня* та її асоціати-синоніми, що розташовані ближче до ядра: *неправда* (той, хто не є праведником), *хиба*, *омана*); по-друге, середню людину (де обидва оператори: позитивний добро і

негативний корелят зло врівноважені); по-третє, лиходія (де зло переважає: і це розуміють опитані, бо найближчу периферію становить асоціат *лихо* (з реакції)). За цими сукупними результатами й оцінювали людей і всю державу з її морально-етичними цінностями.

Таблиця 4.56

Бінарні (протилежні) пари для стимулу-концепту ДОБРО

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
зло	91	0,8273
<b>Периферія</b>		
-	6	0,0545
лихо	3	0,0273
злочин (вбивство)	1	0,0091
підлість	1	0,0091
корисливість	1	0,0091
жорстокість	1	0,0091
індиферентність	1	0,0091
байдужість	1	0,0091
мстивість	1	0,0091
насадження нічим і ніким не підтвердженого мислення	1	0,0091
кривда	1	0,0091
егоїзм	1	0,0091
Разом	110	1,0000

Етимологічно лексема *зло* сягає псл. коренеслова *зъл*, від якого походять ст.-сл. *зълъ, зъла, зъло*, укр. *злий*, польск. *zły* та ін. Його дериватами є авест. *zūrch* “неправда”, осет. *zul* “кривий”, лат. *zvelties* “гнутиися, коренитися”, д.-інд. *hvālati* “петляє” тощо. З цих етимологій прикметник *злий* буквально розуміється як “кривий”, тобто “неправильний, хибний”, див. вище: *кривда* – асоціат, наведений як антонім до концепту ІСТИНА.

Сучасне розуміння лексеми *зло* у СУМ представлене 3 основними ЛСВ: 1. Що-небудь погане, недобре; протилежне добро. 2. Нещастя, лихо, горе. 3. Почуття роздратування, гніву, досади; розлюченість.

91 реакція, що однозначно відображає асоціації українців про бінарність добра, розуміють зло як його цілковиту протилежність з її руйнівною силою.

Наступні реакції відображають уявлення британців про протилежність краси як естетичного явища.

Для концепту BEAUTY в ядрі й найближчій периферії асоціативного поля британці надали однакову реакцію, яка виражена різними граматичними засобами: іменником *ugliness* (49 респондентів) і прикметником *ugly* (21 респондент). Лексема *ugly* має скандинавське походження зі значенням “страшний, жахливий на вигляд” і сягає середини 13 століття.

У 14 столітті відбулося певне пом’якшення значення “дуже неприємний на вигляд”, а також зафіксоване розширення значення до “морально образливий”.

Таблиця 4.57

Бінарні (протилежні) пари для стимулу-концепту BEAUTY

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
<i>ugliness</i>	49	0,5104
<b>Периферія</b>		
<i>ugly</i>	21	0,2188
<i>imperfection</i>	8	0,0833
<i>destruction</i>	6	0,0625
<i>unattractiveness</i>	3	0,0313
<i>disadvantage</i>	2	0,0208
<i>truth</i>	1	0,0104
<i>homeliness</i>	1	0,0104
<i>drawback</i>	1	0,0104
<i>flaw</i>	1	0,0104
<i>revulsion</i>	1	0,0104
<i>freak</i>	1	0,0104
<i>unpleasant</i>	1	0,0104
Разом	96	1,0000

У сучасному словнику Longman Dictionary of Contemporary English представлені основні 3 значення лексеми *ugliness*: 1) “надзвичайно непривабливий і неприємний на вигляд”, 2) “використовується для опису ситуації, яка є поганою, жорстокою, яка загрожує або лякає”, 3) “неприємні, потворні ідеї, почуття” [Longman Dictionary of Contemporary English ]

Для концепту КРАСА українські опитані надали такі антонімічні його вербалізатори – бінарні синонімічні між собою кореляти, найбільш



кількісною (53) з яких виявилася реакція *потворність*, що є дериватом до лексеми *потвора*, яка також наявна в цьому асоціативному полі, але в його дальній периферії, оскільки отримано лише 3 реакції з ІЯ 0,0278, який є вдвічі меншим від ІЯ асоціата *потворність* – 0,4907.

Таблиця 4.58

Бінарні (протилежні) пари для стимулу-концепту КРАСА

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
потворність	53	0,4907
<b>Периферія</b>		
-	11	0,1019
відраза	5	0,0463
огидність	5	0,0463
потвора	3	0,0278
некраса	3	0,0278
огида	3	0,0278
невідповідність індивідуальним вподобанням	1	0,0093
гидота	1	0,0093
фейк	1	0,0093
несмак	1	0,0093
інша краса	1	0,0093
штучність	1	0,0093
жах	1	0,0093
заздрість	1	0,0093
недолік	1	0,0093
дисгармонія	1	0,0093
брехня	1	0,0093
страхіття	1	0,0093
неподобство	1	0,0093
неприємність	1	0,0093
зневага	1	0,0093
ненависть	1	0,0093
байдужість	1	0,0093
непривабливість	1	0,0093
недоумність	1	0,0093
злість	1	0,0093
красивий	1	0,0093
холод	1	0,0093
одноманітність	1	0,0093
в кожного своя	1	0,0093
бридкість	1	0,0093
<b>Разом</b>	<b>108</b>	<b>1,0000</b>

Цікаво, чому саме цією реакцією відповіли українці, а не власне лексемою *потвора*. Лексема *потворність* є ближчою за останнім актом деривації до прикметника *потворний*, а не власне до іменника *потвора*. Імовірно, тому вона склала ядро антонімічних бінарних пар-вербалізаторів концепту КРАСА.

Лексема *потворність* етимологічно сягає основи дієслова *творити* і зводиться до псл. *\*tvorь* “творіння”, що пов’язане чергуванням голосних з *tvarь* “творіння, створіння” (у діалектному мовленні *тварний* набуває навіть меліоративної естетичної конотації, експлікуючи таку якість, як “гарний, вродливий” [ЕСУМ, т. 5, с. 530]). *Tvorь* сягає псл. дієслова *\*tverti*, *\*tvьrti* “придавати форму” [ЭСРЯ, с. 421] та і-є. основи *\*tuer-* “хапати, огороджувати” [ЕСУМ, т. 5, с. 533]. Окрім того, уже у староукраїнській мові лексема *твор* мала значення “вигляд, зовнішність”.

Це той же етимон, який реконструюється для імені концепту КРАСА, що цілком відображає схему синкретизму значень праслов’янського кореня, коли він містив і позитивний оператор, і негативний. Про це було докладно зазначено в Розділі 3 дис.

У тлумачному словнику української мови лексема *твар* має позначку “застаріле”, яка вживалася у таких значеннях: 1) “будь-яке живе створіння, тварина”; 2) “обличчя”; або лайливе, що позначає “підлу, мерзенну людину” [ВТССУМ, с. 1433].

У словнику М. Фасмера лексема *потворство* використовується в розумінні “чари”, а *потворити* – “зачаровувати, перетворити, визнати що-небудь” [ЭСРЯ, т. 3. с. 344].

З цього випливає, що первісною семантичною ознакою уявлень про потворність була ознака ‘творити’, що співвідноситься як із позитивною, так і з негативною маркованістю. Однак, негативна оцінна маркованість у лексеми *потворність* розвинулася у результаті взаємодії сем ‘вигляд’, ‘зовнішність’, з одного боку, та ‘чари’, ‘зачаровувати’ – з іншого, а також унаслідок приєднання префікса *по-* з метою інтенсифікації значення твірної

основи. Саме префікс *по-* актуалізував пейоративну конотацію в більшості дериватів до лексеми *потворність*: *потвор* (“каракатура”), *потвар*, *потвара*, *потвір* (“потвора”). На ціннісну смислову маркованість вплинуло і чергування голосних псл. форм *\*tvorъ* “творіння” і *tvarъ* “творіння, створіння”. Такий складний семантичний розвиток детермінував бінарне аксіологічне забарвлення лексем із коренями *твор-*, *твар-* і на сучасному етапі розвитку української мови: *тварний* (“гарний”), *твар* (“підла людина”).

Це, як свідчить експериментальний матеріал, збереглося у свідомості сучасних українців і вплинуло на досить розгалужену асоціативно-семантичну структуру лексеми *потворність* з її ядерними, навколоядерними і периферійними поодинокими асоціативними реакціями.

Лексема *потворний* у тлумачних словниках української мови передає значення 1) “який має дуже непривабливе, негарне обличчя, непропорційну будову тіла, фізичні вади тощо”; // “поганий, страхітливий”; 2) “який є порушенням загальнолюдських моральних принципів, норм громадської поведінки”; // “який не є нормальним, природним; протиприродний”; // “який викликає огиду, осуд” [ВТССУМ, с. 1087; СУМ, т. 7, с. 399–440].

Бінарними корелятами, найбільш кількісними, до концепту BENEFIT виявились реакції *harm* (43), *deficit* (10) і *risk* (10).

Таблиця 4.59

Бінарні (протилежні) пари для стимулу-концепту BENEFIT

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
harm	43	0,4725
<b>Периферія</b>		
deficit	10	0,1099
risk	10	0,1099
loss	9	0,0989
disadvantage	4	0,0440
cost	2	0,0220
damage	2	0,0220
misfortune	1	0,0110
failure	1	0,0110
injury	1	0,0110
trouble	1	0,0110
evil	1	0,0110

drawback	1	0,0110
imperfection	1	0,0110
penalty	1	0,0110
detriment	1	0,0110
hurt	1	0,0110
handicap	1	0,0110
Разом	91	1,0000

Отримані результати фіксують збереження етнічних констант в асоціативній свідомості британців, адже етимологічно лексема *harm* походить від д.-а. *hearm* “школа, біль; зло, горе; образа” та має і.-є корінь \**kormo-* “біль”.

Лексема *deficit* за посередництва фр. *déficit* була запозичена в англійську мову з латинської інфінітивної форми *deficere*, що сягає і.-є. етимона \**dhe-* “ставити, класти”, “робити”. Лексема *risk* була запозичена з італійської форми *riscare* зі значенням “натрапити на небезпеку”. Вочевидь, тут і виникає внутрішня форма – “натрапити на небезпеку”, а значить, нашкодити собі.

У Longman Dictionary of Contemporary English лексема *harm* має таке тлумачення: “пошкодження, рани, неприємності, спричинені чиймись діями або подіями” [<https://www.ldoceonline.com/dictionary/harm>]. Цей же словник тлумачить лексему *deficit* як “різниця між кількістю того, що є більшою сумою, яка потрібна”. Longman Business Dictionary надає економічне тлумачення лексеми *deficit*: 1) “кількість грошей, яка втрачається в певний проміжок часу” (завдати збитків) 2) “більша сума грошей, витрачена урядом, ніж отримана у вигляді податків” [<https://www.ldoceonline.com/dictionary/deficit>]. Лексема *risk* представлена 4 значеннями з їхніми ЛСВ: 1) “можливість того, що може статись щось погане, неприємне, небезпечне”, 2) “дія, яка може мати поганий результат”, 3) “що-небудь або хто-небудь, хто може завдати шкоди чи небезпеки”, 4) “особа, бізнес, які оцінюються відповідно до небезпеки, пов’язаної із наданням страхування або грошової позики” [<https://www.ldoceonline.com/dictionary/risk>].

Очікуваними були реакції більшості українців, надані як бінарні (антонімічні) кореляти до концепту КОРИСТЬ, найбільш кількісною з яких (51) виявилася реакція *шкода* (44) та її дериват *шкідливість* (7).

Таблиця 4.60

Бінарні (протилежні) пари для стимулу-концепту КОРИСТЬ

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
шкода	44	0,4074
<b>Периферія</b>		
-	15	0,1389
шкідливість	7	0,0648
безкорисність	5	0,0463
збиток	2	0,0185
лихо	2	0,0185
марність	2	0,0185
безкорисливість	2	0,0185
некорисне	2	0,0185
корисливість	1	0,0093
бездіяльність	1	0,0093
марнотратство	1	0,0093
хвороба	1	0,0093
альтруїзм	1	0,0093
прибуток	1	0,0093
самовіддача	1	0,0093
псування	1	0,0093
благодійність	1	0,0093
ущербність	1	0,0093
невігластво	1	0,0093
лінь	1	0,0093
безглуздя	1	0,0093
ледачкуватість	1	0,0093
віддача	1	0,0093
егоїзм	1	0,0093
щедрість	1	0,0093
небезпека	1	0,0093
зайве	1	0,0093
гроші	1	0,0093
перешкода	1	0,0093
втрата	1	0,0093
безглуздий	1	0,0093
зло	1	0,0093
здоров'я	1	0,0093
непотрібність	1	0,0093
беззмістовність	1	0,0093
Разом	108	1,0000

Вочевидь, що ці результати фіксують збереження етнічних констант в асоціативній свідомості сучасних українців, бо етимологічно лексема *шкода* хоч і є запозиченням в українську мову з німецької мови, але за посередництва польської мови, яка так чи інакше сягає спільно для трьох мов (у даному разі – німецької, польської ті української) і.-с. етимона – коренеслова \**skēth-* “шкодити”, “пошкоджувати, завдавати збитки” [ЕСУМ, с. 433; Pokorny, p. 950].

Такі індоєвропейські константи становлять ядро асоціацій сучасних українців щодо їхніх уявлень про антонімічні поняття, пов’язані з концептом КОРИСТЬ.

І це в майбутньому визначило і національно-ціннісні домінанти українців у його сприйнятті, смисл якого відображено в семантичній структурі лексеми *шкода* у “Словнику української мови в 11-ти т.”, яка включає такі значення з їх ЛСВ: 1) “матеріальні втрати; збитки; людські жертви; втрата когось”; “збитки, втрати, неприємності тощо, що є наслідком яких-небудь дій, учинків”; 2) *розм.* “щось зіпсоване, ушкоджене, знівечене”; 3) *розм.* “те саме, що вина”; 4) “про жалість, співчуття до кого-, чого-небудь; жаль. Про почуття прикrostі з приводу втрати чого-небудь. Про небажання витратити, віддавати що-небудь, позбуватися чогось” [СУМ, т.11, с. 478].

З периферійних реакцій впливає припущення про те, що концепт КОРИСТЬ українцями розуміється амбівалентно, бо такі асоціати, як *безкорисливість, щедрість, віддача, здоров’я* та ін. надані тими опитаними, для яких поняття “користь” асоціюється з негативною оцінкою, тому вони надали позитивно-оцінні реакції.

Зіставляючи відповіді британських і українських респондентів, відмічаємо збіг в їхній асоціативній свідомості про антонімічні поняття, пов’язані з концептами TRUTH, GOOD і BEAUTY. Тимчасом виявлено відмінності щодо уявлень британців і українців про бінарні пари до концептів BENEFIT і КОРИСТЬ.

Британські респонденти асоціюють концепт BENEFIT переважно з позитивною оцінкою, тому в асоціативному полі бінарних пар надали негативні ціннісні реакції. Українці розуміють концепт КОРИСТЬ, тому і серед бінарних його корелятив наявні позитивні реакції.

Спільним у свідомості британців і українців є збережений в ядрі асоціативного поля антонімічний корелят *evil* / *зло* і перехід до найближчої периферії поля реакцій, наданих до концептів TRUTH / ІСТИНА та BENEFIT / КОРИСТЬ. Відмінним виявилось те, що антонімічна лексема *ugliness* до концепту BEAUTY виявилася в зоні дальньої периферії поля, в той час як за реакціями українських респондентів лексема *потворність* опинилася в зоні найближчої периферії асоціативного поля українців.

#### 4.8 Асоціативні поля 4-х антиконцептів

Відповідно, що й надані в наступному завданні відповіді опитаних щодо їхніх уявлень про антиконцепти, а не про суто антоніми як окремі їхні вербалізатори становлять асоціативне поле з ядром-периферійною організацією уже опрацьованих вище реакцій (усього отримано реакцій 136, різних – 37).

Надані асоціати було структуровано в асоціативне поле протилежних пар, які є антиконцептами і, відповідно, антицінностями (табл. 4.61).

Таблиця 4.61

Асоціативне поле антиконцептів, утворене реакціями британців

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
evil	34	0,3656
<b>Периферія</b>		
harm	15	0,1613
lies	13	0,1398
dishonesty	5	0,0538
destruction	4	0,0430
immoral	3	0,0323
untruth	3	0,0323
damage	3	0,0323
ugliness	2	0,0215
wrong	1	0,0108
deceit	1	0,0108

falsity	1	0,0108
pleasure/hedonism	1	0,0108
imperfection	1	0,0108
risk	1	0,0108
misfortune	1	0,0108
injury	1	0,0108
trouble	1	0,0108
penalty	1	0,0108
homeliness	1	0,0108
<b>Разом</b>	93	1,0000

В ядерній зоні асоціативного поля антиконцептів опинився антонімічний корелят *evil*, представлений у зоні найближчої периферії поля бінарних пар до концепту GOOD (GOOD-EVIL (34)). Антонімічні лексеми до концептів TRUTH, BENEFIT змістилися в навколяядерну зону антиконцептів: TRUTH-LIES (13), DISHONESTY (5), BENEFIT-HARM (15). У крайній периферії асоціативного поля антиконцептів перебуває антонімічний корелят UGLINESS (2), наданий до ціннісного концепту BEAUTY. Можемо припустити, що в ціннісній картині світу британців естетична непривабливість не є категорію важливою для оцінки людини або навколишнього світу, що засвідчує система поглядів, яка з'явилась у ХХ сторіччі під назвою політкоректність, відповідно, тому більшою мірою для них важливим є дотримання морально-етичних норм.

Також необхідно зазначити, що в зоні крайньої периферії представлена поодинокі реакція *pleasure / hedonism*, що не була вказана респондентами як антонімічний корелят до чотирьох ціннісних концептів. Цікавим є те, що ця категорія була запропонована в експерименті серед 10 мотиваційно пов'язаних ціннісних категорій. Ймовірно, що це є суб'єктивною думкою респондента, який відніс цю категорію до індивідуальних потреб людини.

Таблиця 4.62

Асоціативне поле антиконцептів, утворене реакціями українців

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
зло	39	0,2868
<b>Периферія</b>		
шкода	16	0,1176



потворність	14	0,1029
брехня	13	0,0956
неправда	5	0,0368
-	5	0,0368
хиба	5	0,0368
краса	4	0,0294
користь	3	0,0221
омана	3	0,0221
шкідливість	2	0,0147
бездіяльність	2	0,0147
некорисне	1	0,0074
ілюзія	1	0,0074
дисгармонія	1	0,0074
егоїзм	1	0,0074
лихо	1	0,0074
хибність	1	0,0074
неподобство	1	0,0074
істина	1	0,0074
індиферентність	1	0,0074
злочин	1	0,0074
вбивство	1	0,0074
зрада	1	0,0074
хвороба	1	0,0074
одноманітність	1	0,0074
корисливість	1	0,0074
псування	1	0,0074
огидність	1	0,0074
лицемір'я	1	0,0074
ущербність	1	0,0074
лінь	1	0,0074
добро	1	0,0074
огида	1	0,0074
збиток	1	0,0074
байдужість	1	0,0074
кривда	1	0,0074
<b>Разом</b>	<b>136</b>	<b>1,0000</b>

Основний підсумок з наданих реакцій українців полягає в тому, що лише антонімічний корелят *зло*, зафіксований в ядерних реакціях для концепту ДОБРО, зберіг свою ядерну позицію і в асоціативному полі антиконцептів (ДОБРО – ЗЛО (39)), інші три антонімічні кореляти перемістилися в навколоядерну зону антиконцептів, або в зону ближньої периферії: ІСТИНА – НЕПРАВДА (13), БРЕХНЯ (5), КРАСА-ПОТВОРНІСТЬ (14), КОРИСТЬ – ШКОДА (16).

І ще одне спостереження впливає з наданих реакцій: чомусь до антиконцептів віднесено самі ціннісні концепти: ІСТИНА (1), ДОБРО (1), КРАСА (4) і КОРИСТЬ (3). Припускаємо, що поодинокі реакції, можливо, є результатом нерозуміння поняття “антиконцепт”. А ось 4 реакції респондентів, які вважають, що КРАСА належить до антиконцептів, потребують подальших досліджень, але вже не в рамках цього дослідження. Хоча, можливо, це є результатом еквополентного поєднання в першозначеннях псл. форми \**tvorь* “творіння” (яка реконструюється і для імені концепту КРАСА, і для імені концепту ПОТВОРА) негативного і позитивного полюсів оцінки. Складний семантичний розвиток цієї форми згодом зумовив виникнення протилежного (антонімічного) забарвлення лексем із коренями *твор-*, *твар-* в українській мові: *тварний* (“гарний”), *твар* (“підла людина”). Ймовірно, ці реакції респондентів відображають їхні уявлення про красу, що є для них антицінністю. Вочевидь, такі попередні пояснення можна надати і для уявлень респондентів про користь як антиконцептуальне поняття для них, про що свідчать і такі реакції-деривати лексеми *користь*, як *некорисне* і *корисливість*.

Ієрархія цінностей має як колективний, так й індивідуальний характер і те, що виявляється цінним для однієї особистості, може не бути такою для іншої.

#### **4.9 Асоціативні поля синонімічних рядів лексем-вербалізаторів аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY/ КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ**

Що стосується подальшої концептуалізації уявлень респондентів про чотири ціннісні концепти TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY/ КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ, то вони представлені теж у вигляді структурованих ядерно-периферійних асоціативних полів наданих синонімічних реакцій на ці стимули, які є асоціатами-вербалізаторами для

кожного з чотирьох матричних утворень, які значно розширюють ядро (першозначення імен та їхні сучасні й термінологічні значення) мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців й українців.

Усього британські респонденти надали 102 реакції, з яких різними є 21, що підтверджує значну кількісну розмаїтість асоціативних значень імені ціннісного концепту TRUTH ніж його лексикографічне значення.

Наступне спостереження стосується підтвердження припущення про мотиваційно-континуумний характер аксіоконцептосфери, зокрема про те, що її чотири ядерні базові ціннісні концепти перебувають між собою у когнітивно-матричних і холістично-синергетичних відношеннях, конфігурація яких відображає модель мозаїки калейдоскопу. Про це свідчить концептуальна інтеграція знаків одного концепту зі знаками іншого, яка відображена у збігу як ядерних асоціатів, так і тих, що потрапили до зон периферії синонімічних асоціативних полів.

Таблиця 4.63

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів ціннісного концепту TRUTH

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
honesty	48	0,4706
<b>Периферія</b>		
absolute	15	0,1471
right	9	0,0882
fact	7	0,0686
answers	3	0,0294
justice	3	0,0294
good	2	0,0196
axiom	2	0,0196
sincerity	1	0,0098
confession	1	0,0098
reality	1	0,0098
beauty	1	0,0098
pure	1	0,0098
correct	1	0,0098
honour	1	0,0098
science	1	0,0098
God	1	0,0098
dare	1	0,0098

free	1	0,0098
clarity	1	0,0098
love	1	0,0098
Разом	102	1,0000

Для синонімічного ряду лексем-вербалізаторів ціннісного концепту TRUTH зафіксовано збіг таких асоціатів із периферійними зонами асоціативних полів ще двох досліджуваних концептів:

*God* – TRUTH (1 реакція), GOOD (1 реакція), дериват *goddess* BEAUTY (1 реакція).

Також зафіксовано збіг асоціатів-синонімів концепту TRUTH з периферійною зоною асоціативного поля одного з концептів:

*Correct* – TRUTH (1 реакція), GOOD (1 реакція).

*Honour* – TRUTH (1 реакція), GOOD (7 реакцій), а також дериват *honorable* – GOOD (1 реакція).

*Love* – TRUTH (1 реакція), BEAUTY (2 реакції).

Простежується зв'язок імені ціннісного концепту TRUTH з реакцією-синонімом у периферійній зоні синонімічного поля концепту BEAUTY (*truth* – 1 реакція).

Українські респонденти надали 156 реакцій, різних з яких 48, і це свідчить про те, що асоціативне значенні імені концепту ІСТИНА є теж значно ширшим за лексикографічне його значення.

Таблиця 4.64

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів ціннісного концепту ІСТИНА

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
правда	77	0,4936
<b>Периферія</b>		
справедливість	11	0,0705
аксіома	5	0,0321
чесність	4	0,0256
-	4	0,0256
суть	3	0,0192
щирість	3	0,0192
порядок	3	0,0192

порозуміння	2	0,0128
правдивість	2	0,0128
вірність	2	0,0128
реальність	2	0,0128
знання	2	0,0128
чистота	2	0,0128
радість	1	0,0064
пошук	1	0,0064
філософія	1	0,0064
умовність	1	0,0064
відповідальність	1	0,0064
вища правда	1	0,0064
сене	1	0,0064
зміст	1	0,0064
світло	1	0,0064
достовірність	1	0,0064
самосвідомість	1	0,0064
відвертість	1	0,0064
я-концепція	1	0,0064
закон	1	0,0064
факт	1	0,0064
доречність	1	0,0064
дійсне	1	0,0064
точність	1	0,0064
відкриття	1	0,0064
справжнє	1	0,0064
конкретність	1	0,0064
консенсус	1	0,0064
постулат	1	0,0064
просвіта	1	0,0064
бог	1	0,0064
абсолют	1	0,0064
релятивізм	1	0,0064
свобода	1	0,0064
ідеал	1	0,0064
ексклюзивність	1	0,0064
мужність	1	0,0064
жорстокість	1	0,0064
правило	1	0,0064
правильність	1	0,0064
<b>Разом</b>	<b>156</b>	<b>1,0000</b>

Для синонімічного ряду лексем-вербалізаторів ціннісного концепту ІСТИНА зафіксовано збіг таких асоціатів із периферійними зонами асоціативних полів синонімів ще двох досліджуваних концептів:

*Порозуміння* – ІСТИНА (2 реакції), ДОБРО (1 реакція), КОРИСТЬ (1 реакція).

*Радість* – ІСТИНА (1 реакція), ДОБРО (1 реакція), КРАСА (1 реакція).

*Світло* – ІСТИНА (1 реакція), ДОБРО (1 реакція), КРАСА (1 реакція),  
можливо, і *сйиво* КРАСА (1 реакція).

*Бог* – ІСТИНА (1 реакція), ДОБРО (1 реакція) і дериват божественне –  
КРАСА (1 реакція).

Також зафіксовано збіг асоціатив-синонімів ціннісного концепту  
ІСТИНА з периферійною зоною асоціативного поля одного з концептів:

*Справедливість* – ІСТИНА (11 реакцій), ДОБРО (4 реакції).

*Чесність* – ІСТИНА (4 реакції), ДОБРО (1 реакція).

*Порядок* – ІСТИНА (3 реакції), КРАСА (1 реакція).

*Сенс* – ІСТИНА (1 реакція), КОРИСТЬ (1 реакція).

*Ідеал* – ІСТИНА (1 реакція), КРАСА (2 реакції).

Ці концептуально-інтеграційні асоціативні зв'язки підтверджують  
холістичний, матричний і синергетичний безперервний мотиваційний  
перетин між ціннісними смислами буття українців.

Таблиця 4.65

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів  
ціннісного концепту GOOD

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
positive	36	0,3673
<b>Периферія</b>		
kindness	13	0,1327
beneficial	10	0,1020
sound	8	0,0816
honour	7	0,0714
well	5	0,0510
benevolent	3	0,0306
fair	2	0,0204
moral	1	0,0102
God	1	0,0102
gracious	1	0,0102
human	1	0,0102
honorable	1	0,0102
sinless	1	0,0102
pleasant	1	0,0102
obedient	1	0,0102
helpful	1	0,0102
decent	1	0,0102

charity	1	0,0102
great	1	0,0102
nice	1	0,0102
correct	1	0,0102
Разом	98	1,0000

Для асоціативного поля імені ціннісного концепту GOOD було надано 98 реакцій, з яких різних виявилось 22, де зафіксовано перетин ядерного асоціата *positive* (36 реакцій) з периферійним асоціатом *positive* (1 реакція) в асоціативному полі ціннісного концепту BENEFIT. У периферійній зоні асоціативного поля синонімічних реакцій, представлених для концепту GOOD, зафіксовано збіг асоціатів таких концептів:

*Pleasant* – GOOD (1 реакція), *pleasing* BEAUTY (7 реакцій).

*Helpful* – GOOD (1 реакція), *help* BENEFIT (1 реакція).

*Charity* – GOOD (1 реакція), BENEFIT (2 реакції).

*Nice* – GOOD (1 реакція), BEAUTY (5 реакцій).

Також спостерігається зв'язок імені ціннісного концепту GOOD з асоціатом-синонімом у периферійній частині асоціативного поля концепту TRUTH (*good* – 2 реакції).

Те саме встановлено і для асоціативного поля 150 синонімічних реакцій, з яких різних надано 67 для імені ціннісного концепту ДОБРО, де збіги і перетин зафіксовано з ядерним його синонімічним асоціатом благо (19 реакцій) з периферійними асоціатами *благо* (1) та його дериватами – *благодійність* (1) в асоціативному полі ціннісного концепту КОРИСТЬ і *благість* (1) – в асоціативному полі ціннісного концепту КРАСА. Другий ядерний асоціат *щирість* (10 реакцій) теж демонструє перехресні зв'язки з периферійними синонімічними реакціями в асоціативному полі концепту ІСТИНА (3 реакції) і КРАСА (1 реакція) (табл. 4).

Таблиця 4.66

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів  
ціннісного концепту ДОБРО

Кількість	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
благо	19	0,1267

-	10	0,0667
щирість	10	0,0667
<b>Периферія</b>		
доброзичливість	9	0,0600
милосердя	8	0,0533
людяність	7	0,0467
допомога	5	0,0333
справедливість	4	0,0267
позитив	4	0,0267
порядність	4	0,0267
щедрість	3	0,0200
ласка	3	0,0200
душевність	2	0,0133
повага	2	0,0133
благополуччя	2	0,0133
турбота	2	0,0133
мир	2	0,0133
благодійність	2	0,0133
співчуття	2	0,0133
мораль	2	0,0133
гуманізм	2	0,0133
емпатія	2	0,0133
дружелюбність	1	0,0067
вихованість	1	0,0067
великодушність	1	0,0067
тепло	1	0,0067
любов	1	0,0067
радість	1	0,0067
злагода	1	0,0067
корисність	1	0,0067
святість	1	0,0067
чесність	1	0,0067
світло	1	0,0067
взаємопідтримка	1	0,0067
зло	1	0,0067
лафа	1	0,0067
порозуміння	1	0,0067
сяйво	1	0,0067
усміхненість	1	0,0067
любов до оточуючого	1	0,0067
ладно	1	0,0067
гарний	1	0,0067
гуманність	1	0,0067
файно	1	0,0067
вдало	1	0,0067
гідність	1	0,0067
моральність	1	0,0067
готовність допомогти	1	0,0067
лагідність	1	0,0067
милість	1	0,0067



розуміння	1	0,0067
самовіддача	1	0,0067
спокій	1	0,0067
сердечність	1	0,0067
перемога	1	0,0067
лад	1	0,0067
толерантність	1	0,0067
легкість	1	0,0067
благодіяння	1	0,0067
чеснота	1	0,0067
доброчинність	1	0,0067
доброта	1	0,0067
бог	1	0,0067
відданість	1	0,0067
шляхетність	1	0,0067
подяка	1	0,0067
Разом	150	1,0000

Простежується зв'язок асоціатів самого імені ціннісного концепту ДОБРО з асоціатами-синонімами у периферійній зоні асоціативного поля концепту КРАСА (*добро* – 2 реакції) і КОРИСТЬ (*добро* – 3 реакції), а також з його дериватом *доброта* (1 реакція) в асоціативному полі концепту КРАСА.

У периферійній зоні асоціативного поля синонімічних реакцій, наданих для концепту ДОБРО, зафіксовано концептуально-інтеграційні зв'язки з синонімами-вербалізаторами інших трьох концептів:

*Позитив* – ДОБРО (4), *позитивний вплив* – КОРИСТЬ (1).

*Душевність* – ДОБРО (2) і *душа* – КРАСА (1).

*Повага* – ДОБРО (2), КОРИСТЬ (1).

*Тепло* – ДОБРО (1), КРАСА (1).

*Любов* – ДОБРО (1), КРАСА (1) і *кохання* – КРАСА (2).

*Корисність* – ДОБРО (1 реакція), КОРИСТЬ (1 реакція) і дериват *корисливий* – КОРИСТЬ (1 реакція).

*Взаємодтримка* – ДОБРО (1) і *підтримка* – КОРИСТЬ (1).

*Усміхненість* – ДОБРО (1), КРАСА (1).

*Гарний* – ДОБРО (1), КРАСА (15).

*Розуміння* – ДОБРО (1) і дериват *порозуміння* – КОРИСТЬ (1).

Таблиця 4.67

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів  
ціннісного концепту BEAUTY

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
pretty	32	0,3265
<b>Периферія</b>		
delicacy	12	0,1224
stunning	7	0,0714
pleasing	7	0,0714
nice	5	0,0510
attractive	4	0,0408
elegance	3	0,0306
love	2	0,0204
environment	2	0,0204
art	2	0,0204
nature	1	0,0102
charm	1	0,0102
life	1	0,0102
goddess	1	0,0102
smile	1	0,0102
woman	1	0,0102
grace	1	0,0102
truth	1	0,0102
in the eye of the beholder	1	0,0102
architecture	1	0,0102
gorgeous	1	0,0102
striking	1	0,0102
symmetrical	1	0,0102
picturesque	1	0,0102
perfection	1	0,0102
model	1	0,0102
wonder	1	0,0102
sunrise	1	0,0102
landscape	1	0,0102
fairness	1	0,0102
lovely	1	0,0102
beautiful	1	0,0102
Разом	98	1,0000

Щодо 98 реакцій наданих респондентами на стимул BEAUTY, з яких різними виявилось 32, простежуються концептуально-інтеграційні перетини з периферійними зонами синонімічних полів концептів TRUTH і GOOD.

Такий зв'язок реакцій асоціативних полів концептів BEAUTY, TRUTH і GOOD пояснюється збереженням у свідомості британців семантичних

переходів і.-є d- і g-коренів з семантикою “світ, сяяти”, а також уявлень про красу як метакатегорію, що є синтезом категорій істини і добра, про що більш докладно було зазначено вище у дослідженні діяхронного ядра концепту BEAUTY. Також простежується, що ім’я самого ціннісного концепту BEAUTY пов’язане з синонімічною реакцією периферійної зони асоціативного поля TRUTH (*beauty* – 1 реакція).

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів ціннісного концепту КРАСА утворюють 134 реакції українців, з яких різними є 52. У цьому полі зафіксовано асоціативну метафору – одиничну периферійну реакцію *здоров’я* в її концептуально-інтеграційних перетинах з периферійною зоною наданих синонімічних реакцій двох респондентів для концепту КОРИСТЬ.

Звертаємо увагу на те, що ця реакція становить мотиваційне ядро асоціативного поля “Інтерес”. Можливо, тому ця ціннісна категорія не характерна для синонімічних рядів наданих асоціатів, адже вона є ключовим мотивом для усвідомлення українцями ціннісних установок в їхньому житті, з якими вони асоціюють смислові шари концептів ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ.

Таблиця 4.68

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів ціннісного концепту КРАСА

Кількість	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
врода	22	0,1642
-	11	0,0821
<b>периферія</b>		
естетична насолода	9	0,0672
привабливість	9	0,0672
гармонія	7	0,0522
приємність	6	0,0448
чарівність	6	0,0448
вродливість	5	0,0373
гарний	5	0,0373
прекрасне	4	0,0299
довершеність	3	0,0224
кохання	2	0,0149

вишуканість	2	0,0149
добро	2	0,0149
прикраса	2	0,0149
ідеал	2	0,0149
велич	1	0,0075
безпосередність	1	0,0075
насолода	1	0,0075
здоров'я	1	0,0075
удосконалення	1	0,0075
неповторність	1	0,0075
вміння	1	0,0075
стрункість	1	0,0075
живописність	1	0,0075
доброта	1	0,0075
божественне	1	0,0075
симпатичність	1	0,0075
ніжність	1	0,0075
окраса	1	0,0075
щирість	1	0,0075
оздоба	1	0,0075
душа	1	0,0075
природне	1	0,0075
красивий	1	0,0075
порядок	1	0,0075
буяння кольорів	1	0,0075
тепло	1	0,0075
ошатність	1	0,0075
витонченість	1	0,0075
захопленість справою	1	0,0075
символ	1	0,0075
природність	1	0,0075
усміхненість	1	0,0075
благість	1	0,0075
доповненість	1	0,0075
любов	1	0,0075
радість	1	0,0075
світло	1	0,0075
завершеність	1	0,0075
життєрадісність	1	0,0075
Разом	134	1,0000

Для асоціативного поля ціннісного концепту BENEFIT було надано 98 реакцій, з яких різними є 27. Ядерними асоціатами виявились лексема *aid* (20 реакцій) та *welfare* (19 реакцій).

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів  
ціннісного концепту BENEFIT

Асоціація	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
aid	20	0,2041
welfare	19	0,1939
<b>Периферія</b>		
value	9	0,0918
uplift	7	0,0714
use	6	0,0612
gain	6	0,0612
gift	5	0,0510
advantage	3	0,0306
improvement	2	0,0204
charity	2	0,0204
money	2	0,0204
social security	2	0,0204
insurance	1	0,0102
positive	1	0,0102
health	1	0,0102
enhance	1	0,0102
assistance	1	0,0102
comfort	1	0,0102
reward	1	0,0102
opportunity	1	0,0102
bonus	1	0,0102
asset	1	0,0102
help	1	0,0102
tax	1	0,0102
favour	1	0,0102
profit	1	0,0102
service	1	0,0102
Разом	98	1,0000

Це можна пояснити збереженням у свідомості британців першозначень “добро, благо”, “корисні дії”, які розвивались спочатку в морально-етичному напрямі, а згодом вже трансформувались в економічну і ділову сферу, маючи переважно позитивну конотацію. Також це пояснює концептуально-інтеграційні перетини, які більшою мірою простежуються з реакціями асоціативного поля концепту GOOD.

Спостерігаємо зв'язок самого імені ціннісного концепту BENEFIT з асоціатом-синонімом у периферійній частині асоціативного поля концепту GOOD (дериват *beneficial* – 10 реакцій).

Щодо синонімічних 135 реакцій, наданих опитаними на стимул КОРИСТЬ, з яких різних виявилось 55, то їхні концептуально-інтеграційні перетини найбільшою мірою простежуються з асоціативним полем як ядерних, так і периферійних синонімів-вербалізаторів концепту ДОБРО. Це пояснюється збереженими у свідомості українців індоєвропейськими і праслов'янськими первісними уявленнями-константами про добро як передовсім матеріальну корисну для себе сутність і, передовсім, як матеріальне благо. Невипадково, що ядерний синонімічний асоціат для концепту КОРИСТЬ становить лексема *вигода*, але водночас ядерним асоціатом є і лексема *допомога* (10), яка свідчить про трансформацію первісних констант у ціннісні національні домінанти українців, для яких корисним вчинком вважається допомога нужденному, що актуалізує на оцінній шкалі вербалізаторів концепту КОРИСТЬ морально-етичну позитивну ознаку. Проте все ж таки в асоціативній свідомості українців концептуалізація уявлень про користь має скоріше амбівалентний вектор оцінки, бо навколоядерну зону складають 16 реакцій: *зиск* (8) і *прибуток* (8), які однозначно до позитивних чи негативних віднести складно, як і ядерну реакцію *вигода* (див. табл. 4).

Таблиця 4.70

Асоціативне поле синонімічного ряду лексем-вербалізаторів ціннісного концепту КОРИСТЬ

Кількість	Кількість	Яскравість
<b>Ядро</b>		
вигода	18	0,1333
-	16	0,1185
допомога	10	0,0741
<b>Периферія</b>		
зиск	8	0,0593
прибуток	8	0,0593
інтерес	6	0,0444
сприятливість	4	0,0296

цінність	3	0,0222
толк	3	0,0222
практичність	3	0,0222
добро	3	0,0222
перевага	3	0,0222
продуктивність	2	0,0148
здоров'я	2	0,0148
профіт	2	0,0148
необхідність	2	0,0148
благо	2	0,0148
потрібність	2	0,0148
важливість	2	0,0148
повага	1	0,0074
допоміжне	1	0,0074
труд	1	0,0074
зручність	1	0,0074
влада	1	0,0074
нажива	1	0,0074
меценатство	1	0,0074
доцільність	1	0,0074
безпека	1	0,0074
сенс	1	0,0074
значимість	1	0,0074
правильність	1	0,0074
успішність	1	0,0074
відповідність	1	0,0074
раціональність	1	0,0074
ефективність	1	0,0074
канцелярит	1	0,0074
задоволення	1	0,0074
благодійність	1	0,0074
шкода	1	0,0074
поблажливість	1	0,0074
виграш	1	0,0074
корисливий	1	0,0074
поліпшення	1	0,0074
пожива	1	0,0074
робота	1	0,0074
нагорода	1	0,0074
зздрість	1	0,0074
підтримка	1	0,0074
результат	1	0,0074
порозуміння	1	0,0074
задоволення потреб	1	0,0074
позитивний вплив	1	0,0074
потреба	1	0,0074
жадність	1	0,0074
корисність	1	0,0074
Разом	135	1,0000

Експериментальні спостереження за синонімічними асоціативними значеннями імен чотирьох досліджуваних концептів продемонстрували те, що вони є різноманітними семантичними переходами інваріантних першозначень і значно ширшими за лексикографічні загальні й вузькоспеціальні (фахові, термінологічні) значення, які є невід’ємним складником мотиваційно-континуумної структури аксіоконцептосфери українців і демонструють, зокрема те, що її чотири ядерні базові ціннісні концепти перебувають між собою у когнітивно-матричних і холистично-синергетичних відношеннях, конфігурація яких утворює модель мозаїки калейдоскопу. Про це свідчить концептуальна інтеграція знаків одного концепту зі знаками іншого, яка відображена у збігу як ядерних асоціатів, так і тих, що потрапили до зон периферії синонімічних асоціативних полів.

#### **4.10 Асоціативні автостереотипи британців й українців про домінування аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY/ КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ в їх національних характерах**

Останнє завдання анкети було спрямоване на визначення стереотипних ціннісних уявлень британців і українців про самих себе, тобто про їхні ціннісні автостереотипи щодо національної ментальності і було сформульоване в такий спосіб: Які з наведених ціннісних концептів більшою мірою відображають риси національного характеру британців/українців?

Таблиця 4.71

Автостереотипні реакції британців про національний характер

Ціннісні концепти	Кількість реакцій
1 ЦІННІСНИЙ КОНЦЕПТ	
BENEFIT	41
TRUTH	20
GOOD	18
BEAUTY	11
2 ЦІННІСНІ КОНЦЕПТИ	
BEAUTY, BENEFIT	12
TRUTH, GOOD	3



Отримані на це завдання реакції відображають ціннісні стереотипні уявлення британців про їх національний характер, де домінантним виявився переважно один ціннісний концепт BENEFIT. Як бачимо, цей результат не суперечить отриманим реакціям асоціативного поля INTEREST, де основним ядерним асоціатом, який мотивує і спонукає до активності й діяльності, для опитаних є *money*. Але також уважаємо, що крім лексичного значення “вигода, перевага”, “прибуток”, “фінансова підтримка” у свідомості британців також збережене й інше першозначення лексеми *benefit*, а саме “добро, благо”, “корисні дії”. І це також не суперечить результатам опрацювання отриманих реакцій британців щодо першочергових ціннісно-мотиваційних їх інтересів, яким за кількістю реакцій визначено морально-етичний концепт GOOD.

Проте, в асоціативних реакціях щодо національних колективно-ціннісних домінант, то тут він посідає третю позицію за кількістю реакцій. Можемо пояснити це тим, що респонденти вбачають прояви морально-етичних цінностей, в першу чергу, у вчинках кожної особистості індивідуально, що в подальшому сприятиме формуванню морально-етичних норм всього соціуму.

Отримані асоціати від українців відображають ціннісні автостереотипні уявлення про їх національний характер, де домінантами є такі чотири когнітивно-метафоричні моделі: ДОБРО – КРАСА (26), ДОБРО – КОРИСТЬ (18), ДОБРО – КРАСА – КОРИСТЬ (14), КРАСА – КОРИСТЬ (9).

Таблиця 4.72

Автостереотипні реакції українців про національний характер

Ціннісні концепти	Кількість реакцій
<b>1 ЦІННІСНИЙ КОНЦЕПТ</b>	
ІСТИНА	3
ДОБРО	6
КРАСА	7
КОРИСТЬ	7
<b>2 ЦІННІСНІ КОНЦЕПТИ</b>	
ДОБРО, КРАСА	26

ДОБРО, КОРИСТЬ	18
КРАСА, КОРИСТЬ	9
ІСТИНА, ДОБРО	4
ІСТИНА, КОРИСТЬ	2
3 ЦІННІСНІ КОНЦЕПТИ	
ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ	14
ІСТИНА, ДОБРО, КОРИСТЬ	3
ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА	2
ІСТИНА, КРАСА, КОРИСТЬ	2
4 ЦІННІСНІ КОНЦЕПТИ	
ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ	5

Автостереотипне сприйняття ІСТИНИ як світоглядної колективної цінності українців не є домінантою в їхніх асоціативних уявленнях, тимчасом як індивідуальна ціннісна концептуалізація цього поняття, навпаки, домінує в реакціях опитаних, для яких концепт ІСТИНА є першочерговим в порядку значимості. Це пояснює, чому для опитаних концепт ІСТИНА є першочерговим для прогресу, успіху індивідуально для себе, а не для колективу загалом (бо вони не вважають цю цінність домінантою українського національного характеру), оскільки коли кожен член суспільства буде усвідомлювати власну відповідальність за справедливість, а не розмиту – колективну, тоді, зрештою, відбудеться повноцінне утвердження ролі українця у творенні української державності, збереження її соборності в толерантному міжусідстві з іншими культурами й націями.

Що стосується асоціативних уявлень про таку колективну рису національного характеру українців, як доброзичливість, то вона збігається з індивідуальними реакціями респондентів, які визначили ціннісний концепт ДОБРО як другий із чотирьох за порядком значимості для їхнього життя.

Якщо говорити про відмінності в автостереотипних реакціях британців і українців, то можемо говорити про те, що у свідомості українців домінують когнітивно-метафоричні моделі, які відображають їхні уявлення про національний характер, в той час як у британців представлені лише дві – BEAUTY, BENEFIT і TRUTH, GOOD – які не мають домінантного характеру.

Такі узагальнення не суперечать твердженням Р. М. Фрумкіної, яка 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 (індивідуальним), укоріненим в минулому досвіді окремої людини [Фрумкіна с. 189]. 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. Звертаючись до відповідей в анкетах, дослідник має справу зі стереотипами, тобто з усвідомлюваними реакціями на той чи інший стимул. Проте, ядром стійких стереотипів є все ж таки архетипи. Це означає, що відповіді інформантів залежать від усвідомлюваного розуміння того, про що в них запитують й аналізуючи яке дослідник так чи інакше зможе реконструювати й неусвідомлювані шари їхньої психіки [Фрумкіна с. 195].

### **Висновки до четвертого розділу**

Мотиваційний континуум цінностей організований за прототипно-польовим принципом, де є центр/ядро і гнучка периферія, в яких відбувається безкінечна холістично-синергетична конфігурація пов'язаних між собою мотивів як кольоровий спектр (**калейдоскоп**) їхньої взаємодії, а не як суто простий набір мотивацій. Кожен мотив є джерелом надскладних або більш простих ціннісних конструктів-концептів.

Виходячи з цього, нове розуміння аксіоконцептосфери базується на засадах принципів холізму й синергетики, які дозволяють визначити її як когнітивно-матричну калейдоскопічну структуру зі складною конфігурацією ціннісних концептів – безперервного діахронно-синхронного континууму

тісно пов'язаних між собою мотивів та їх ЗНАЧИМОСТІ як для колективу в цілому, так і для кожного індивіда зокрема.

Етносеміометрія індивідуальної складової як ціннісних концептів, так й аксіоконцептосфер британської й української лінгвокультур здійснювалася в роботі за допомогою проведення асоціативного експерименту із залученням універсального інструмента Google Forms, в якому взяли участь 105 британців і 110 українців.

Електронна анкета розроблялася двома мовами – англійською та українською і складалася з 17 запитань для одержання інформації у вигляді реакцій і відповідей як маркерів ціннісних установок, відображених у свідомості опитуваних. Отримані реакції й відповіді є передовсім асоціативними профілями образів свідомості респондентів, що вербально актуалізують семантичний компонент (сему, ЛСВ) слова-стимулу – найбільш яскравого, найважливішого для мовної свідомості інформантів – індивідуальних представників британської та української культур. І це означає, що асоціативна реакція безпосередньо залежить від віку, статі, професії, соціального статусу інформантів та ін. факторів.

В експерименті взяли участь британські та українські респонденти п'ятих вікових інтервалів: 1) від 17-23; 2) 24-30; 3) 31-39; 4) 40-49; 5) 50 і більше; 42,9% жінок і 57,1% чоловіків – британців і 87,3% жінок і 12,7% чоловіків – українців; 57,1% народилися у Великій Британії і 42,9% – в інших країнах, 98,2% народилися в Україні, 0,9% – в Росії, 0,9% – в Азербайджані; 57,1% є англійцями, 42,9% – представниками інших національностей, 97,3% є українцями, 1,8% росіянами і 0,9% віднесли себе до “громадян світу”; 85,7% вважають рідною англійську мову, 14,3% – іншу мову, але 100% спілкуються англійською мовою, 88,1% - рідною вважають українську мову, 9,2% – російську, 0,9% є білінгвами, 0,9% – азербайджанську, 0,9% – іншу; мовою спілкування лише для 52 % опитаних є українська, для 42 % – російська, 2,7% спілкуються двома мовами, майже 3% – суржиком. За рівнем освіти і професійним спрямуванням серед британців представлені опитані з

середньою освітою (14,3%), бакалаврським (57,1%) і магістерським (28,6%) рівнем, які навчаються (28,6%), працюють у сфері фінансів і продаж (42,9%), у дослідницькій і дипломатичних сферах (28,5%). 81,9% українських респондентів мають вищу освіту, 6,4 % – науковий ступінь, з яких 86,2% – представники гуманітарної галузі знань та студенти спеціальностей, які до неї входять, 13,8% – фахівці в галузі культури, промисловості та сучасних інформаційних технологій.

Аналіз асоціативних реакцій респондентів, здійснений за допомогою комп'ютерного сервісу СТИМУЛУС, які вони надали на ключовий стимул-синкретичний базисний гіпермотив INTEREST / ІНТЕРЕС (що складається з сукупності мотивів, відображених в асоціативній свідомості британців й українців й у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфер у вигляді холистично-синергетичної калейдоскопічної взаємодії чотирьох ціннісних концептів TRUTH/ІСТИНА, GOOD/ДОБРО, BEAUTY/КРАСА і BENEFIT/КОРИСТЬ), показав відмінні мотиваційні інтереси британців і українців, адже для перших, це передовсім, *money* (31 реакція з ІЯ 0,2039) та *independence* (23 реакції з ІЯ 0,1513), для других – *сім'я* (40 реакцій з ІЯ 0,1786) та *здоров'я* (25 реакцій з ІЯ – 0,1116), які утворюють ядро асоціативного поля INTEREST/ ІНТЕРЕС. Решта реакцій утворюють гнучку **периферію**.

Ядерні реакції респондентів на стимули INTEREST/ ІНТЕРЕС та індекси їхньої яскравості відображають ціннісно значимі мотиваційні потреби британців, для яких домінантами є **матеріальні** цінності (*money*) і **соціальні** (*independence*), на відміну від українців, першочерговими для яких є **соціальні** (*сім'я*) та **біологічні** потреби (*здоров'я*).

**Тематично** всі надані асоціації британців і українців належать до 4 спільних ЛСГ: ЛСГ “Моральні якості” (асоціати: *freedom* – свобода, *love* – кохання), ЛСГ “Інтелектуальні здібності” (асоціати *study* – навчання, *books / read* – книги), ЛСГ “Матеріальна вигода” (асоціати *money* – гроші, *payment* – фінансова винагорода), “Розваги/Дозвілля” (асоціати *hobby* – хоббі, *travel* –

подорожі). Проте, **ядерно-периферійна** їх організація у спільних ЛСГ асоціативних полів INTEREST/ ІНТЕРЕС не завжди однакова. Якщо ядро поля британців становить асоціат *money* ЛСГ “Матеріальна вигода”, то його український відповідник *гроші* належить до поодиноких реакцій крайньої периферії асоціативного поля “Інтерес”. Відмінними ЛСГ реакцій асоціативних полів є “Емоційні відчуття” й “Життєво необхідні речі”, утворені асоціатами британців, і ЛСГ “Фізичні/фізіологічні явища”, “Духовні якості”, “Естетична насолода”, утворені асоціатами українських опитаних.

Ці відмінності позначилися й на організації асоціативних полів “THE MEANING OF THE INETEREST / ЗНАЧЕННЯ ІНТЕРЕСУ”, перше з яких є одноядерним, друге – двоядерним. Ядерно-периферійна організація полів є теж неоднорідною, бо надані реакції британських й українських респондентів, хоча й належать до 2-х спільних ЛСГ “Інтелектуальні здібності” й “Емоційні відчуття”, проте є відмінними за належністю їх до різних периферійних страт поля. Реакції британців ЛСГ “Інтелектуальні здібності”, представлені ядерним асоціатом *broaden my experience* й асоціатами зони найближчої периферії поля: *making most of my life, my life on a daily basis, sharing experiences*, тимчасом реакції українських респондентів *успішність, розвиток, можливість розвитку* розташовані в зоні крайньої периферії поля. У найближчій периферії асоціативного поля розташовані асоціати *they make me happy і calm*, що належать до ЛСГ “Емоційні відчуття”, реакції ж українських респондентів *задоволення і гармонія* представлені в зоні дальньої периферії поля. Відмінними за організацією виявилися й дещо подібні за тематикою групи реакцій: ЛСГ реакцій “Моральні якості” – британців і ЛСГ “Духовні якості” – українців. Перша утворена асоціатами найближчої і дальньої периферії асоціативного поля “THE MEANING OF THE INETEREST, друга – реакціями дальньої периферії ЗНАЧЕННЯ ІНТЕРЕСУ.

Відповідно, й очікування опитаних різних лінгвокультур, надані їхніми реакціями на стимули “THE RESULT OF THE INTEREST / РЕЗУЛЬТАТ

ІНТЕРЕСУ”, хоча й належать до спільних ЛСГ: “Моральні якості”, “Емоційні відчуття”, “Інтелектуальні здібності”, проте представлені в різних стратах полів.

Отримані експериментальні результати відображають асоціативні зв'язки із ПОРЯДКОМ ЗНАЧИМОСТІ для британців і українців ціннісних світоглядних концептів TRUTH/ІСТИНА, GOOD/ДОБРО, BEAUTY/КРАСА і BENEFIT/КОРИСТЬ. На відміну від українських респондентів, які зазначили всі чотири ціннісні світоглядні концепти в першому порядку значимості, британці вказали лише два ціннісні концепти GOOD і TRUTH. Домінантними для обох лінгвокультур, хоча і в різних кількісних показниках, є ціннісні концепти TRUTH (24) / ІСТИНА (35) і GOOD (66) /ДОБРО (33). Проте, вершиною цих домінант у британців є морально-етичний концепт GOOD, а в українців однаково домінантними є як екзистенційний концепт ІСТИНА, так і морально-етичний концепт ДОБРО. Це дає можливість зробити припущення про значимість для британців більшою мірою матеріального блага і водночас морального задоволення від цього добра, тимчасом для українців – першочерговим є закон, справедливість, норма, правда на тлі духовних благ. Відмінними виявилися й одночасно першочергово значимі ціннісні концепти для опитаних двох культур: у британців наявні дві міні-моделі з домінантним концептом GOOD (GOOD-TRUTH, GOOD-BENEFIT), які також відображені й у свідомості українців (ДОБРО-ІСТИНА – 15 респондентів), ДОБРО-КОРИСТЬ – 9 респондентів), але для яких характерними є конфігурації різних концептуальних понять, а не тільки цих двох міні-моделей.

При цьому помітний збіг зафіксовано в тому, що для респондентів двох лінгвокультур не становлять національно-ціннісні домінанти концепти BENEFIT/КОРИСТЬ, що є третіми за порядком значимості, а також концепти BEAUTY/ КРАСА, які не очікувано виявилися четвертими за порядком значимості.

Зроблені попередні підсумки пояснюють ті принципові відмінності в асоціативно-ціннісних картинах світу представників британського й українського соціумів на тлі й характерних збігів, які стосуються сприйняття респондентами обох лінгвокультур 10 мотиваційних цінностей, визначених у численних класифікаціях. На відміну від британців, які асоціюють Power здебільшого з індивідуальними потребами, українські респонденти віднесли цю категорію до соціальних потреб і лише 11 респондентів вбачають в ній реалізацію своїх індивідуальних інтересів. Відмінним є й те, що британці не вважають, що Power як інститут, що може сприяти забезпеченню їх вітальних потреб, тим часом українські респонденти віднесли Владу до вітальних потреб у конфігураціях з іншими категоріями потреб одночасно. Мотиваційний концепт Achievement британці пов'язують із реалізацію їх індивідуальних та соціальних потреб, українці – більшою мірою асоціюють з індивідуальними потребами. Відмінності теж простежуються і у сприйнятті категорії Independence, яка у британських респондентів асоціюється з соціальними потребами, а в українських переважно – з індивідуальними. Серед британських опитаних категорія Independence пов'язана з вітальними потребами, які взагалі не визначили українські опитані.

Звісно, що й схеми комунікативного мислення британців і українців теж демонструють різні домінанти: для британців – домінантою поняття Взаєморозуміння є модель Я – Я, для українців: ІНШИЙ – ІНШИЙ. Чітка національна домінанта приватності британців простежується і в розумінні ними категорії Good nature, яку вони уявляють із власними індивідуальними потребами, тимчасом в українців лише намітилася тенденція до індивідуалізації морально-етичної категорії Доброзичливість, оскільки поняття колективного добра ще стійко збережене в їх асоціативно-ціннісній свідомості. Що стосується такої категорії, як Security, то британці більшою мірою її пов'язують із забезпеченням їхніх життєвих потреб, тимчасом українці – із соціальними та соціально-індивідуальними потребами.



Проте, в результаті зіставного аналізу виявлено й збіги в цій частині ціннісної свідомості опитаних двох лінгвокультур: британці й українці, віком від 17-23 років, вважають, що категорія Pleasure / Гедонізм сприяє реалізації їх індивідуальних потреб, а респонденти старшого віку асоціюють її з соціальними потребами. Також однаково опитані визначили, що Stimulus / Стимуляція, насамперед, має бути запорукою їхніх індивідуальних потреб. Спільні уявлення про категорії Tradition / Традиція й Conformity / Дотримання норм і правил зафіксовані як у британських, так і в українських опитаних.

Подальша зіставна інтерпретація отриманих експериментальних результатів демонструє й збережені закономірності відображення світоглядних аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНА у свідомості сучасних британців і українців, які вони однаково сприймають як фундаментальні поняття для забезпечення їхніх соціальних потреб: законів, норм і порядків у соціумі. Натомість підтверджено чітку індивідуалізацію першочергової значимості ціннісного концепту GOOD для британців і тенденції до індивідуалізації концепту ДОБРО у світогляді українців. Відмінності більшою мірою спостерігаються у сприйнятті концептів BEAUTY і BENEFIT, які британці більшою мірою визначають як соціальні категорії, тимчасом КРАСА і КОРИСТЬ в мовній свідомості українців поступово трансформуються у категорії, які пов'язані з індивідуальними їхніми потребами. Відмінним в отриманих результатах є те, що британські опитані визначили всі три види потреб лише для концепту BENEFIT, тимчасом українські респонденти – для всіх чотирьох концептів: ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА і КОРИСТЬ.

Що стосується відповідей респондентів на асоціативні антонімічні ряди кожного з досліджуваних концептів, то на антицінності опитані реагують, як правило, однаковими асоціатами. Асоціативно-бінарні кореляти до концепту ІСТИНА відображають семантичні лінії антиціннісних смислів, які засуджують свідоме й злісне викривлення дійсності (тобто БУТТЯ як

ІСТИНИ – ПОРЯДКУ – дотримання правил і норм). У реакціях опитаних щодо антиціннісних смислів поняття ДОБРО простежується спільна тенденція в розумінні зла як суцільної протилежності з його руйнівною силою. Відповідно, й антиціннісні смисли до концептів BEAUTY / КРАСА респонденти вбачають в їх протилежності естетичним і морально-етичним явищам як деструктивним до поняття творіння загалом. В асоціативно-бінарних асоціаціях, наданих для концепту BENEFIT, зберігається тенденція до збереження антиціннісних смислів, натомість в бінарних парах відповідей українців, наданих на концепт КОРИСТЬ, – амбівалентне їх сприйняття, а не однозначне – антиціннісне.

Зіставна інтерпретація асоціативних полів синонімічних рядів чотирьох ціннісних концептів дає підстави говорити про наявність концептуальної інтеграції знаків одного концепту зі знаками іншого, яка відображається у збігу ядерних асоціатів і тих, що розташовані в периферійних зонах обох полів. Концептуально-інтеграційні перетини найбільш розгалужено були представлені в асоціативних полях, побудованих на основі реакцій, наданих українськими респондентами. Такі зв'язки були зафіксовані синонімами-вербалізаторами одночасно трьох ціннісних концептів. Асоціати, представлені британськими респондентами, розподілились в межах асоціативних полів тільки двох концептів. Також необхідно відзначити збереження у свідомості британців і українців первісних, притаманних саме їх культурі, уявлень-констант про концепти GOOD, BENEFIT та ДОБРО, КОРИСТЬ.

Отримані результати демонструють висхідну динаміку морально-етичної еволюції представників українського соціуму як відображення індивідуальних ціннісно-національних домінант асоціативно-мовної свідомості українців, які взяли участь в експерименті. Це підтверджують асоціати українців щодо їхніх ціннісних автостереотипних уявлень про національний характер, де домінантними виявилися чотири когнітивно-метафоричні моделі: ДОБРО – КРАСА (26), ДОБРО – КОРИСТЬ (18),

ДОБРО – КРАСА – КОРИСТЬ (14), КРАСА – КОРИСТЬ (9) з вершиною – морально-етичним концептом ДОБРО і естетичним концептом КРАСА. Що стосується ціннісного концепту ІСТИНА, то опитані, вочевидь, вважають, що в національному характері українців почуття справедливості як інструмент боротьби за свободу і незалежність продовжує ще формуватися. А, можливо, це пов'язане з тим, що пересічні українці гостро відчують брак цієї ціннісної категорії у сучасному українському суспільстві і переносять свої уявлення загалом на національний характер українців.

Що стосується ціннісних стереотипних уявлень британців про їх національний характер, де домінуючим виявився переважно один ціннісний концепт BENEFIT, то отриманий результат не суперечить реакціям асоціативного поля INTEREST, де основним ядерним асоціатом, який мотивує і спонукає до активності й діяльності, є *money*. Але також вважаємо, що крім лексичних значень “вигода, перевага”, “прибуток”, “фінансова підтримка” у свідомості британців також збережене й інше першозначення лексеми *benefit*, а саме “добро, благо”, “корисні дії”. І це також не суперечить результатам опрацювання отриманих реакцій британців щодо першочергових ціннісно-мотиваційних їх інтересів, яким за кількістю реакцій виявився морально-етичний концепт GOOD.

Одержані результати підтверджують гіпотезу про те, що у кожній мовній особистості асоціативне поле є індивідуальним утворенням за складом найменувань і за ієрархією зв'язків між ними. Актуалізація того чи іншого зв'язку у відповіді залежить від певної ситуації та інших факторів. На характері асоціацій позначаються також вік, географічні умови, професія людини, приналежить до певної лінгвокультури, нації тощо. Проте, колективні національні домінуючі опитаних українців демонструють позитивні тенденції щодо значимості для них духовних, моральних та ін. цінностей.

## ВИСНОВКИ

Когнітивна лінгвокомпаративістика як сучасний фундамент розвитку порівняльно-історичного і типологічного мовознавства стала генератором нових векторів, одним із яких є запропонований у роботі напрям етносеміотрична аксіолінгвістика, з позицій якого розроблено нову теорію для реконструкції інфраструктури людського розуму як планетарної інформаційної системи в її тісних зв'язках із космічними законами (ноосфера – аксіосфера – аксіоконцептосфера) шляхом вимірювання світоглядних ціннісних смислів представників британської й української лінгвокультур, що склалися й домінували в їх свідомості в різні діахронно-синхронні періоди (в добу індоєвропейської спільноти, нащадками яких вони є, в періоди прагерманської і праслов'янської мовнокультурних єдностей, в періоди розвитку національних мов) і закріпилися у формі й значенні тих слів, які згодом у кожній національній мові набули статусу концептуальних утворень ментального характеру і матричного формату.

Різноспрямованими складниками етносеміотричної аксіолінгвістики є: когнітивна мотивологія, аксіоконцептологія й зіставно-параметрична типологія, на засадах яких сформульовано ключові теоретичні положення дисертації: 1) філософсько-аксіологічна думка, яка обстоювала фундаментальність понять “Істина”, “Добро”, “Краса” і “Користь”, утвердила їх категорійний статус самостійних наук у добу Нового часу й обґрунтувала необхідність розробки таксономії цінностей, що й донині продовжує вдосконалюватися з урахуванням змін у загальнопланетарному ціннісному світогляді; 2) структура загальнокатегоріальних цінностей базується на 3-х принципах: *онтологічному*, що надає змогу науково пояснити буттєву локалізацію цінностей та їхнє співвідношення з екзистенцією людини; *гносеологічному*, за допомогою якого відбувається пізнання цінностей; та *когнітивно-семіотичному*, що передбачає знання загальних законів для побудови ієрархічної класифікації цінностей; 3) виходячи з цих принципів поняття “цінність” визначаємо як філософсько-аксіологічну й історико-

культурну мегакатегорію й водночас як лінгвокогнітивну структуру – мегаконцепт, що є ментальним утворенням, відображеним у свідомості людини;

4) з цього випливає, що ієрархічну піраміду цінностей конструює Людина, яка є “мірилом усіх речей”; 5) визначені фундаментальні принципи стали засадничими у розробці нової теорії і методології для етносеміотричної параметризації цінностей різних категоріальних типів у плані діагностики їх значимості як для давніх і сучасних колективів й окремих індивідів та їх параметризації в аксіоконцептосферах британців й українців; 6) аксіоконцептосфера – це основний об’єкт вивчення в теорії етносеміотричної параметризації, що є когнітивно-мотиваційним континуумом, організованим, по-перше, за аналогією з інформаційними системами; по-друге, за аналогією з теорією концептуальної інтеграції ментальних просторів; по-третє, за аналогією з теорією категоризації знань про цінності; 7) аксіоконцептосфера як ментальний конструкт/польова модель (мотиваційний континуум) – результат пізнання представниками конкретного соціуму і носіями конкретної мови, – утворена на основі взаємодії етнічних констант і культурно-ціннісних домінант, фіксаторами яких є базові аксіоконцепти TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА, BENEFIT / КОРИСТЬ – структури знань, що містять інформацію двох ярусів: етимологічного (де збережені етнічні константи – архетипи позасвідомого) і актуального (багатовимірною поєднання ціннісно-поняттєвого, ціннісної-оцінного і ціннісно-образного компонентів, які відображають культурно-ціннісні домінанти на різних етапах етногенезу у формі стереотипів і визначають моделі поведінки етносів у конкретний період).

Домінування цінностей семіотризується за основними трьома параметрами, якими є: “INTEREST / ІНТЕРЕС, MEANING / ЗНАЧИМІСТЬ і RESULT / РЕЗУЛЬТАТ” – мотивами в житті людей і які є смислоутворюваними доменами аксіоконцептосфери, де перший параметр зумовлений біологічними, соціальними й індивідуальними потребами

людини, другий – їхнім значенням для людини в порядку першочерговості, третій – сприятливістю / несприятливістю для соціуму й людини. Категоріально-ціннісні домени – це сфера формо- і смислотворення аксіоконцептів, між якими наявні багатовимірні складні холистично-синергетичні відношення на зразок моделі калейдоскопічної матриці.

Етносеміотрична параметризація передбачає, перш за все, когнітивно-семантичну інтерпретацію цінностей, що онтологічно відображені в аксіоконцептах як фіксаторах етнічних констант і культурно-ціннісних доміант британського й українського етносів. Для вимірювання ступеня відображення ціннісних уявлень у свідомості носіїв англійської і української мов у роботі було застосовано придатні для такої складної процедури емпіричні й експериментальні методи і методики. Загалом методологічна база для виконання цих процедур складалася з трьох стадій.

На першій стадії у результаті застосування методу когнітивної лінгвокомпаративістики, зокрема діахронічного коментаря етимологічних версій первісних значень імен ціннісних концептів в англійських та українських етимологічних джерелах (із залученням словників індоєвропейської етимології) реконструйовано первісні ціннісні смисли – етимологічне ціннісне ядро кожного концепту, збережене у свідомості носіїв англійської і української мов як архетипи-етнічні константи. Надалі застосування структурного методу, передовсім такої методики, як компонентний аналіз сприяло визначенню семних складників архетипних значень імен досліджуваних ціннісних концептів, які вже тоді на рівні образних первісних наївних уявлень про ці поняття заклали основу для подальшої таксономії первісних ціннісних смислів на загальнолюдські, групові (колективні) й індивідуальні і, як результат, моделюванню складної ієрархічної організації діахронічного ядра мотиваційного континууму аксіоконцептосфер обох мов, що унаочнює холистично-синергетичну зумовленість між первісними семантичними структурами імен досліджуваних ціннісних концептів й біологічними, соціальними й

індивідуальними потребами людини. На другій стадії залучення семантико-когнітивного методу надало змогу розкрити механізми гармонізації аксіоконцептосфер в періоди їх коливань і трансформацій ціннісних парадигм досліджуваних лінгвокультур шляхом аналізу сучасних семантичних структур імен ціннісних концептів TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ та синонімів і зіставлено їх структури з первісною структурою ціннісних смислів. Установлено, що між ціннісними смислами досліджуваних концептів кожної лінгвокультури наявні синергетично-холістичні матричні відношення як у мотиваційних континуумах національних концептосфер, так і між ними, пов'язані зі збереженими в мовній свідомості британців і українців індоєвропейських ціннісних констант. Це підтвердило припущення про те, що аксіоконцептосфери британської й української лінгвокультури є синергетичними системами, що мають свою когнітивно-матричну структуру і джерела (мотиваційні сфери) саморозвитку. На завершальному етапі цієї стадії застосування *методу концептуальної інтеграції* надало змогу простежити динаміку ціннісних уявлень британців і українців – від наївних – до термінологічних про такі ментальні поняття, як TRUTH, GOOD, BEAUTY, BENEFIT / ІСТИНА, ДОБРО, КРАСА, КОРИСТЬ. Третя методологічна стадія була експериментальною, яка передбачала залучення зіставно-параметричного методу Й. А. Стерніна і М. А. Стерніної, спрямованого на виконання основного завдання – зіставлення семантичної (первісної і сучасної) та психолінгвістичної (асоціативної) структур значень імен ціннісних концептів та їхніх синонімів із метою вимірювання ступеня збереження ціннісних констант й актуалізованих у мовній свідомості британців і українців національно-ціннісних домінант. Опрацювання експериментальних результатів здійснено за допомогою програмного забезпечення комп'ютерного сервісу STIMULUS (розробленого О. Ф. Загородньою), призначеного для автоматизованого оброблення великих масивів даних асоціативних експериментів.

Реконструкція ядра аксіоконцептосфер британців і українців, яке складають чотири матричні концепти (TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА і BENEFIT / КОРИСТЬ), шляхом аналізу першозначень їхніх імен та імен найближчих синонімів, починаючи від давно зниклих мов і народів, не лише засвідчила статику і динаміку основних фаз їхньої металізації у досліджуваних лінгвокультурах, а й показала роль сучасних націй британців і українців на цивілізаційній еволюційній спіралі.

Ціннісне діахронійне ядро субматриць аксіоконцептів TRUTH / ІСТИНИ, збережене й відображене у свідомості британців й українців, формувалося шляхом послідовного становлення світоглядних цивілізаційних засад БУТТЯ (світобудови і світопорядку) індоєвропейців, прагерманців і праслов'ян на базі їхніх первісних уявлень про ці поняття у три еволюційні етапи: 1) космогонічний (антично-римський, язичницький, монотеїчний), 2) християнсько-біблійний, 3) новоєвропейський (секулярний).

У британській культурі взаємовідношення “Буття як справжнього Суцього” і “Буття як належного” уособлені в одному аксіоконцепті TRUTH, тимчасом в українській культурі – у двох ціннісних концептах ІСТИНА і ПРАВДА, поступова смислова семантизація якого у свідомості як британців, так і українців відбувалася на основі відчуття віри в ІСТИНУ, яка для них синкретично задавала стабільний порядок і гармонію й потребувала повсякчасної підтримки.

Натомість, первісні космогонічні уявлення про віру розчинилися уже в монотеїчній і згодом у християнсько-біблійній свідомості британців у трьох лексемах: дериваті *trust* та запозичених з латини в англійську мову лексемах *belief, faith*, зберігаючи при цьому їхні тісні семантичні зв'язки з індоєвропейськими першозначеннями, а в українців – в одній – лексемі *віра*.

Ціннісно-світоглядним фоном (істиною) для людини космогонічної культури став основний нормативний порядок сакральної поведінки. І власне дотримання цих етнічних констант індоєвропейцями було запорукою стійкості їхнього буття. Як наслідок, вихідна система першозначень ціннісно-



світоглядної моделі субматриць TRUTH / ІСТИНА як фрагмента тодішньої архетипної сакрально-профанної картини світу, які започатковують й організовують порядок людського існування, була спроектована на природне і культурне оточення людини. В міфологічній моделі світу порядок і стабільність забезпечував ритуал (як віра в його обов'язкове виконання для забезпечення зв'язків із богами) і культ дерева як наочно-чуттєвого сприйняття світу.

У германській моделі світу і давніх британців як її представників основою стабільності, упорядкованості буття, тобто істини, залишається культ дерева як природний і водночас космогонічний об'єкт (артефакт), тоді як у давніх слов'ян і в українців як їхніх нащадків у процесі поступового переходу від язичництва до християнства наочно-чуттєві уявлення про стійкість буття відтворювалися шляхом матеріально-культурних артефактів, виготовлених із дерева. Звідси, подальший зв'язок із правдою, насамперед, з одним із її значень – “прямий”, що вказував на правильність дій.

І якщо античні греко-римські боги й язичницькі боги (у кожній культурі й на кожній території локалізації індоєвропейців, а згодом британців і слов'ян-українців були свої божественні покровителі) безпосередньо включені/вписані у природну світобудову, то в монотеїзмі Бог сам установлює закон/устав у природному світі, тобто він задає порядок світоустрою. Відтак, закони людського буття вже не виводяться з природи, а визначаються Божественним началом. З монотеїчним Богом пов'язані й перші ціннісно-світоглядні уявлення про “good” / “добро”, зафіксовані в першозначеннях індоєвропейських, прагерманських і праслов'янських етимонах, реконструйованих для імен концептів GOOD / ДОБРО.

Етимологічні версії першозначень і.-с. реконструйованих коренів для лексеми *good* і слов'янської лексеми *god* надали змогу визначити ядерну етнічну ціннісну константу, що символізує ідею єднання як між собою, так і єднання з божеством для пізнання істини та віри в неї і головне для отримання від цього єднання матеріальних благ як винагороду за шанування

порядку й водночас відчуття задоволення, тобто морально-духовного блага. Поступово в давньоанглійській мові лексема *gōd* розширює свою семантичну структуру і набуває значень “чудовий; цінний; бажаний, сприятливий, корисний”; “доброзичлива, доброчесна, обожнена / божественна людина”. Щодо первісних уявлень про “добро” у праслов’ян, то вони формувалися теж через ідею отримання благ від Дажьбога, який дарував багатство й наділяв добром, що підтверджується фонетичними й семантичними закономірними переходами реконструйованих для лексем *добрий* і *добро* і.-є. коренів *\*dhabh-/dhābh* та їх праслов’янських рефлексів *\*dobrъ(jь) / \*dobrъ* в і.-є. корінь *\*bhag-* і, відповідно, псл. корінь *\*bogъ* “бог” з його дериватами: псл. *\*bogatъ* “богатий” (букв. “той, що перебуває під опікою богів”), псл. *\*sъbožъje* (укр. *збіжжя*) “щастя, багатство”). Саме до цього Бога зверталися в ритуалах, молитвах, побажаннях добра і блага (*Дай, Боже! (Дажьбог)*).

Семантичні паралелі і.-є. *\*d*-коренів простежуються у прагерманських і праслов’янських рефлексах, об’єднаних загальним значенням “творити” з його семантичними переходами у “те, що створено з чогось і набуло зовнішньої форми”. Це пояснює той факт, що в індоєвропейських мовах численні фонеморфологічні і семантичні трансформовані похідні стали основою для первісних уявлень прагерманців і праслов’ян про BEAUTY/КРАСУ як акт творення зовнішнього (світоустрою і порядку) і внутрішнього світу (гармонії) за космічними законами.

Відмінності у прагерманців і праслов’ян в естетичному первісному сприйнятті краси виявляються, за даними етимології, в тому, що індогерманці її уявляли на рівні гладенької, гарної сяючої форми / поверхні чогось (можливо, потрібного предмета чи обробленої шкіри після ритуалу жертвопринесення для використання в побуті тощо) та його цінності/значимості для потреб людини (у побуті й загалом у житті), тимчасом слов’яни її асоціювали з формою обличчя, зовнішністю людини як Божим творінням, де власне форму чогось вони теж уявляли як виготовлення

певної речі, предмета за допомогою технології лиття, а також як окреслення певних контурів чогось.

У давніх культурах поступово формується усвідомлена потреба диференціації речей на ті, що приносили задоволення й сприймалися як корисні, й на ті, що були несприятливими, а тому уважалися шкідливими. Це підтверджено аналізом семантичних переходів загального значення і.-є. \*d-коренів “творити”, які реконструюються для запозиченої з латини в англійську мову лексеми *benefit* і на базі яких світоглядно в ті далекі часи у свідомості індоєвропейців закладалося розуміння поняття “діяльності” загалом як позитивного фактора і водночас мотиватора для отримання вигоди спершу як матеріальної, а згодом і духовної, а відтак, задоволення й насолоди. Тимчасом в українській мові спостерігаємо етимологічні зв’язки лексеми *користь* з праслов’янськими формами \**koristь*/\**koristь*/\**korystь*, \**koristati*/\**koristiti*, первісна семантика яких “захопити, здобути” була пов’язана з позначенням цими лексемами уявлень про матеріальну здобич у результаті військових агресивних дій.

Таким є ядро мотиваційного континууму аксіоконцептосфер британців і українців, яке становлять чотири базові матричні концепти TRUTH / ІСТИНА, GOOD / ДОБРО, BEAUTY / КРАСА і BENEFIT / КОРИСТЬ, що зазнавало різних нашарувань і трансформацій, проте зберегло в кожній із лінгвокультур індоєвропейські етнічні константи з їх переходами у прагерманські й праслов’янські рефлекси та окремі національні мови.

Ближча навколоядерна зона формувалася на основі подальшої ціннісної менталізації й концептуалізації ціннісних першозначень уже безпосередньо в кожній лінгвокультурі (шляхом розщеплення еквіполентності значень та їх протилежної фіксації в різних іменах: від давнього стану – до сучасного, де переходи відповідних семантичних континуантів спостерігаються у трьох напрямках: 1) абстракції, 2) конкретизації-специфікації, 3) термінологізації, зберігаючи ядерні етнічні

константи й водночас випромінюючи нові, уже національно-культурні, смислові домінанти.

Навколоядерна зона семантичної структури імені матричного аксіоконцепту TRUTH представлена 6 інтегральними семами, виділеними в його сучасних значеннях і ЛСВ, дериватах і найближчих синонімах: 1) ‘наявність факту як чогось достовірного/правдивого’, 2) ‘визнання факту як істини/правди, авторитетна думка’, 3) ‘справедливість’, 4) ‘віра в істину’, 5) ‘сумніви в істинності інформації’, 6) ‘Бог’, на базі яких сформувалися концептуальні ціннісні ознаки цього утворення як результат відображення національних домінант у системі базових цінностей британців (загальнокультурних, духовних, соціальних, релігійних) та подальшої термінологізації, насамперед, в юриспруденції.

В аксіоконцептосфері українців навколоядерна зона формувалася шляхом подальшої семантичної і також термінологічної трансформації першозначень імен двох тісно пов’язаних між собою тотожних, але не абсолютно синонімічних імен концептів *істина* і *правда* в їхніх когнітивно-матричних зв’язках зі значеннями імені концепту *віра* та його дериватів і синонімів, результати якої свідчать про домінантність горизонтального вектору формування базових ціннісних смислів у сучасній семантичній структурі імені концепту ПРАВДА у бік морально-етичної спеціалізації і юридичної термінологізації (слова з коренем *прав-* в сучасній українській мові на оцінній шкалі мають позитивний плюс з подальшими переходами у значення “справедливості” як соціальної, так і юридичної). Тимчасом ціннісна семантизація і термінологізація імені концепту ІСТИНА залишає вертикальний орієнтир етнічних константних першозначень (“прямостояння”, “стовбур”, “стійкість”) з їх домінуванням у науковій сфері.

Навколоядерний шар мотиваційного континууму аксіоконцептосфери британців культурно й історично складався з тієї цінності, яка менталізувалася в їхній уже сучасній свідомості через абстрактне значення “Вище благо” як результат тривалого семантичного розвитку першозначень

індоєвропейських, прагерманських і давньоанглійських етимонів убік трансформації матеріального блага в духовне.

Аксіоконцептосфера українців в її навколоядерному калейдоскопічному мотиваційному континуумі представлена теж архісемою ‘морально-духовні чесноти на тлі іншого добра’, яка є результатом семантичних переходів світоглядної індоєвропейської етнічної константи у прагерманські й праслов’янські \*g-корені п.-герм. \*gōda / псл.\*godъ з формуванням в їхніх семантичних структурах культурних доміант з подальшими фонорморфологічними зсувами безпосередньо в українській мові (\*g > \*b (б) > \*d (д)). Граматична трансформація на рівні дериватів зумовила інший вектор обертання калейдоскопічної морально-етичної мозаїки ціннісного континууму українців вбік набуття в сучасній семантичній структурі іменника *добро* негативного полюсу оцінки, актуалізованого в потенційній семі ‘відсутність позитивних якостей’. Це пояснюється збереженням в українській мовній свідомості реліктів первісних уявлень про добро, де один індоєвропейський корінь із семантикою добра був синкретою і мав здатність виражати еквіполентну символіку. Національні доміанти спостерігаємо і на рівні диференційної семі ‘кооперативність’, де субстантивована форма *добрий* набуває семантики звертання до співрозмовника, що також не фіксується в етикетному ритуалі британців, в якій збереглася ритуальна форма вигуку – звертання до Бога.

У калейдоскопічному мозаїчному мотиваційно-ціннісному континуумі британців відбулася помітна сучасна семантична адаптація імені концепту BEAUTY. Сучасна семантична структура лексеми *beauty* є значно відмінною від тієї семантики, з якою це слово потрапило в англійську мову в середній період її розвитку, відображаючи безпосередньо національну британську ментальність.

Навколоядерна зона аксіоконцептосфери українців в її мозаїчному сегменті утворена на базі розвинутої сучасної семантичної структури імені концепту КРАСА з доміантною градуальною семою ‘прекрасне як

естетичне відчуття'. У цьому плані маємо повний збіг у двох лінгвокультурах. Тимчасом відмінності зафіксовано в подальшій естетичній термінологізації значення “розуміння людини як начала, джерела прекрасного” в українській мові, розвинутого в результаті семантичного переходу першозначення “творити” і.-є. коренів *\*krot-s*, *\*kross*, *\*krass* та псл. значень “творіння”, “вид, зовнішній вигляд”, реконструйованих у слів *\*kresati* та *\*tvorь* /*\*tvarь* та їх сучасних рефлексів.

Подальша індоєвропейська семантика “творити”, у внутрішній формі якої закодовано ціннісний смисл понять “good” і “beauty”, зумовила сучасні вектори розвитку імені ціннісного концепту BENEFIT, першозначення якого трансформувалися в напрямі від морально-етичного значення до термінологічного, переважно економічній, фінансовій і комерційних сферах. Тимчасом сучасна семантична структура імені концепту КОРИСТЬ та її найближчого синоніма ВИГОДА у калейдоскопі загального мотиваційно-ціннісного континууму українців є амбівалентною, адже домінантна сема ‘матеріальна вигода’, сформована на базі тих її значень, що позначали колись блага, здобуті внаслідок агресивних дій, розвинула термінологічне значення зі знаком + “матеріальні прибутки як один із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства”.

В обох континуумах термінологізація семи ‘матеріальна вигода’ відбулася переважно в економічній, фінансовій і торговельній сферах.

Етносеміометрія індивідуальної складової ціннісних концептів британської й української аксіоконцептосфер здійснена в роботі за допомогою проведення асоціативного експерименту із залученням універсального інструмента Google Forms, в якому взяли участь 105 британців і 110 українців.

Отримані експериментальні результати за асоціативними значеннями імен чотирьох досліджуваних концептів продемонстрували те, що вони є різноманітними семантичними переходами інваріантних першозначень і значно ширшими за лексикографічні загальні й вузькоспеціальні (фахові,

термінологічні) значення, які є невід'ємним складником мотиваційно-континуумної структури аксіоконцептосфер британців й українців і демонструють, зокрема те, що чотири ядерні базові ціннісні концепти перебувають між собою у когнітивно-матричних і холістично-синергетичних відношеннях, конфігурація яких утворює модель мозаїки калейдоскопу кожної лінгвокультури. Про це свідчить концептуальна інтеграція знаків одного концепту зі знаками іншого, яка відображена у збігах і відмінностях як ядерних асоціатів, так і тих, що потрапили до зон периферії асоціативних полів.

Проведене дослідження є алгоритмом для можливого подальшого аналізу осмислення витоків ціннісної концептуалізації і категоризації у масштабах історії людства загалом. Що стосується нових теоретичних висновків, то здійснена етносеміометрія еволюції ціннісних смислів як світоглядних ментальних констант і домінант життя британців і українців надає підстави говорити про те, що ядро концепту як когнітивно-матричної структури становить однозначно ціннісна страта, тимчасом як поняттєва страта для кожного концепту завжди перебуває в динаміці і не може вважатися застиглою і завершеною. Цей висновок є новим і самостійним авторським спостереженням, яке змінює традиційне представлення структури концепту, де поняттєва складова концепту розглядається як його центр. Як правило, в лінгвоконцептології структура концепту описується на базі сучасних значень його вербалізаторів, а це не може скласти об'єктивної картини про тривалий історико-культурний процес його менталізації у свідомості носіїв мови.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абаев В.И. Понятие идеосемантики. *Язык и мышление*. Москва-Ленинград: Издательство Академии наук СССР, 1948. Вып. X. С. 13-28.
2. Абаев В.И. Язык и мышление. Москва, 1948. С. 14.
3. Абеляр П. Теологические трактаты. Москва: Прогресс, Гнозис, 1995. 413 с.
4. Алексеев А.В. Лексикологические аспекты изучения концептов. *Вестник МГПУ. Серия "Филология. Теория языка. Языковое образование"*. 2015. № 3 (19). С. 83-90.
5. Алексеев А.Ю. Каменный жертвенник или база антропоморфного изваяния? (к этнической принадлежности Келермесских курганов). *Археология и древняя история Украины. Эпоха раннего железа: сб. науч. тр. к 60-летию С.А. Скорого*. 2009. С.12-19.
6. Алефиренко Н.Ф. Вербализация концепта и смысловая синергетика языкового знака. *Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста: Материалы Междунар. Симпозиума*. Волгоград: Перемена, 2003. С. 4 – 13.
7. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. пособие. Москва: Флинта: Наука, 2010. 288с.
8. Алефиренко Н.Ф. Поэтическая энергия слова: Синергетика языка, сознания и культуры. Москва: Academia, 2002. 394 с.
9. Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики: монография. Москва: Гнозис, 2005. 326 с.
10. Ан С. А., Белинова О. А. Концептуализация ценности как философской категории. *Вестник Кемеров. гос. ун-та*. 2014. № 2 (58), Т. 1. С. 230–234.
11. Андреев Н. Д. Ранне-индоевропейский праязык. Ленинград: Наука, Ленингр. отделение, 1986. 326 с.



12. Апресян Ю.Д. Избранные труды. Т. I. Лексическая семантика. Синонимические средства языка: монография. Москва: Языки славянской культуры, 1995. 481 с.
13. Аракелова А.Р. Лингвоаксиологические характеристики современного англоязычного дискурса моды: дисс. ...канд. филол. наук: 10.02.04. Пятигорск, 2017. 222 с.
14. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике: учебн. пособие. Москва: Либроком, 2013. 144 с.
15. Арнольд И.В. Семантическая структура слова в современном английском языке и методика её исследования. Ленинград: Просвещение, 1966. 92 с.
16. Арутюнова Н.Д. Истина. Добро. Красота: Взаимодействие концептов. *Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного*. Москва: Индрик, 2004. С. 5–29.
17. Арутюнова Н.Д. Истина и этика. *Логический анализ языка: Истина и истинность в культуре и языке*. Москва: Наука, 1995. С. 7-23.
18. Арутюнова Н.Д. Истина: фон и коннотации. *Логический анализ языка. Культурные концепты*. Москва: Наука, 1991. С. 21 – 30.
19. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка. Культурные концепты. Москва: Наука, 1991. 204 с.
20. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка: Языки этики. Москва: Языки русской культуры, 2000. 448 с.
21. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. Москва: Наука, 1988. 341 с.
22. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. Москва: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
23. Арутюнян Н.Л. Понятие “сверхконцепт”. *Vita in lingua: сб. ст. к юбилею профессора С. Г. Воркачева*. Краснодар: Атриум, 2007. С. 11–17.

24. Аскольдов С.А. Концепт и слово. *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста*: антология / под ред В.П. Нерознака. Москва: Academia, 1997. С. 267–279.

25. Афанасьева О.В. Семантическая структура концепта "время" и ее отражение во фразеологических системах английского, испанского и русского языков: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Казань, 2007. 188 с.

26. Бабушкин А.П. Концепты разных типов в лексике и фразеологии и методика их выявления. *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*: науч. изд. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2001. С. 52–57.

27. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка, их личностная и национальная специфика: дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.19. Воронеж, 1997. 330 с.

28. Баева Л.В. Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории: монография. Астрахань, 2004. 275 с.

29. Базарова Ю.Е. Отличительные особенности концепта «Бог» в различных религиозных направлениях и их выражение в английских, русских, татарских и турецких фразеологических единицах. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2010. № 2 (6). С. 19-22.

30. Байбурин А.К. Ритуал в традиционной культуре. Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов. Санкт-Петербург: Наука, 1993. 237 с.

31. Байбурин А.К. Ритуал: свое и чужое. *Фольклор и этнография. Проблемы реконструкции фактов традиционной культуры* / ред. Б.Н. Путилов. Ленинград: Наука, 1990. С. 3–17.

32. Байрамова Л.К. Истина и правда в аксиологическом, философском, этимологическом, лингвистическом, религиозном и художественном аспектах. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2016. № 7 (389). С. 20—27.

33. Батуева А. А. Мифологема добра и зла в индоевропейских языках: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2008. 23 с.
34. Батуева А.А. Мифологема добра и зла в индоевропейских языках: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2008. 193 с.
35. Бауман З. Индивидуализированное общество. Москва: Логос, 2005. 390 с.
36. Белинская Е. П. Система ценностей личности в перспективе толерантности. *Век толерантности*. 2003. № 5. С. 61–72.
37. Бентам И. Введение в основания нравственности и законодательства. Москва: РОССПЭН, 1998. 416 с.
38. Бердяев Н. А. Основная идея В. Соловьева. *Собрание сочинений: Типы религиозной мысли в России*. 1989. Т. 3. 714 с.
39. Березович Е.Л. Язык и традиционная культура: Этнолингвистические исследования. Москва: Индрик, 2007. 600 с.
40. Бессонова О.Л. Оценочный тезаурус английского языка: Когнитивно-гендерный аспекты. Донецк: ДонНУ, 2002. 362 с.
41. Бессонова О.Л. Ценностная картина мира и ее отражение в оценочном тезаурусе английского языка. *Человек. Язык. Культура. К юбилею В. И. Карасика*. 2013. Ч. 1. С. 5-11.
42. Бісовецька Т.В. Асоціативно-тематичні поля номінацій соціального статусу людини в українській, польській та німецькій мовах: семантико-генетичний аспект: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.17. Рівне, 2010. 223 с.
43. Бобылева Е.Ю. Феномен правды как онтолого-аксиологическая доминанта русской культурной традиции: дисс. ... канд. филос. наук: 24.00.01. Тамбов, 2007. 154 с.
44. Бобылева Е.Ю. Этимологическое основание философских категорий «правда» и «истина» как архитипичных основ русской ментальности: URL: <https://pagan-concept.livejournal.com/9539.html>  
<https://pagan-concept.livejournal.com/9539.html>

45. Бодуэн де Куртенэ И.А. Национальный и территориальный признак в автономии. Санкт-Петербург: Тип. М. М. Стасюлевича, 1913. 84 с.
46. Бодуэн де Куртенэ И.А. Языкознание, или лингвистика, XIX века. Избранные труды по общему языкознанию. Москва: Издательство АН СССР, 1963. Т. 2. С.16-18.
47. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: курс лекций по английской филологии. Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2001. 123 с.
48. Болдырев Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2004. № 1. С. 18-36.
49. Болдырев Н.Н. О метаязыке когнитивной лингвистики: концепт как единица знания. *Когнитивные исследования языка. Взаимодействие когнитивных структур*: сб науч. тр. 2011. Вип. IX. С. 23-32.
50. Болдырев Н.Н. Языковые категории как формат знания. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2006. № 2. С. 5–22.
51. Борисова С.А. Метафоры «неба» и «земли» в германских языках (на индоевропейском фоне): автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2006. 26 с.
52. Бромлей Ю.В. Этнос и этнография: научная монография. Москва: Наука, 1973. 285 с.
53. Брунова Е.Г. Архаичные пространственные отношения в англосаксонской языковой модели мира: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2007. 43 с.
54. Брунова Е.Г. Об этимологическом анализе на современном этапе. *Филологические науки*. 2002. № 2. С. 67–74.
55. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа. Москва: Едиториал УРСС, 2004. 232 с.
56. Валицкая А.П. Аксиосфера: содержание понятия и его инструментальный статус. *Аксиосфера современности: философско-эстетический анализ и нравственное обоснование социокультурных практик*. коллективная монография / А.П. Валицкая, К.С. Пигров, С.А.

Мартынова и др.; науч.ред. А.П. Валицкая. Санкт-Петербург: Астерион, 2012. С. 5-14.

57. Васильев А.Д. Введение в историческую лексикологию русского языка. Красноярск: РИО КГПУ, 1997. 104 с.

58. Васильев Л.М. Методы современной лингвистики: учеб. пособие. Уфа: Башкирского гос. ун-та, 1997. 180 с.

59. Вернадский В.И. Несколько слов о ноосфере. *Труды по философии естествознания*. Москва: Наука, 2000. С. 308-315.

60. Вешнинский Ю.Г. Аксиология постсоветского культурного пространства на рубеже тысячелетий: дисс. ... канд. культуролог.: 24.00.01. Москва, 2010. 161с.

61. Викулова Л.Г., Серебренникова Е.Ф. Идентичность как элемент универсума человека и универсума языка: аксиологический аспект интерпретации. *Лінгвістичний вісник*. 2013. Вип. 2. С. 8-14.

62. Виндельбанд, В. Прелюдии. Москва: Гиперборея; Кучково поле, 2007. 400 с.

63. Виноградов В.А. Концепты и языковые заимствования. *Вопросы филологии*. 2010. №2 (35). С. 6-11.

64. Виноградов С.Н. К лингвистическому пониманию ценности. *Русская словесность в контексте мировой культуры: материалы Междунар. науч. конф. РОПРЯЛ*. Нижний Новгород: Изд-во Нижегород. ун-та, 2007. С. 93-97.

65. Владимирова Т.Е. Дохристианские верования восточных славян. *Лингвокультурологические исследования. Логический анализ языка. Понятие веры в разных языках и культурах*: коллективная монография / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, М. Л. Ковшова. Москва: Гнозис, 2018. С. 421-433.

66. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. Москва: Едиториал УРСС, 2014. 284 с.

67. Воркачев С.Г. Концепт счастья в русском языковом сознании: опыт лингвокультурологического анализа. Краснодар, 2002. 142.

68. Воркачѐв С.Г. "Куда ж нам плыть?" – лингвокультурная концептология: современное состояние, проблемы, вектор развития. *Язык, коммуникация и социальная среда*. 2010. Вып. 8. С. 5-27.

69. Воркачев С.Г. От лингвоконцептологии к лингвоидеологии: поиски метода. *Vita in lingua*: сб. ст. к юбилею профессора С. Г. Воркачева. Краснодар: Атриум, 2007. С. 39–60.

70. Воркачев С.Г. Российская лингвокультурная концептология: современное состояние, проблемы, вектор развития. *Известия РАН. Серия литературы и языка*. 2011, Т. 70. № 5. С. 64–74.

71. Воркачев С.Г. Сопоставительная этносемантика телеономных концептов "любовь" и "счастье" (русско-английские параллели): монография. Волгоград: Перемена, 2003. 164 с.

72. Вышеславцев Б.П. Вечное в русской философии. Нью-Йорк: Изд-во имени Чехова, 1955. 302с.

73. Гадамер Х.-Г. Что есть истина. Философская и социологическая мысль. 1992. № 5. С. 70-82.

74. Гамкрелидзе Т. В. Индоевропейский язык и индоевропейцы: в 2 т. Тбилиси: Изд-во Тбилисского ун-та, 1984. Т. 1–2.

75. Гамкрелидзе Т.В., Иванов Вяч.Вс. Индоевропейский язык и индоевропейцы. Реконструкция и историко-типологический анализ праязыка и протокультуры. Тбилиси: Изд-во Тбилисского ун-та, 1984. Т. 2. 1328 с.

76. Гамкрелидзе Т.В., Иванов Вяч.Вс. История происхождения индоевропейских языков. *В мире науки*. 1990. № 5. С. 66–73.

77. Головин Б.Н. Введение в языкознание: учеб. пособие для филол. специальностей ун-тов и пед. ин-тов. Москва: Высшая школа, 1977. 311с.

78. Головин Б.Н. Язык и статистика: учебник. Москва: Просвещение, 1971. 190 с.

79. Голубовська І.О., Дарчук Н.П., Черненко А.А. Мова і дискурсивні практики світового медіапростору у контексті змін аксіологічних домінант. *Studia Linguistica*. 2018. Вип. 13. С. 12-25.

80. Гончарова Н.Н. Модель концептуальной интеграции: принципы функционирования и методы использования при интерпретации иносказания. *Голоса молодых ученых*. 2001. Вып. 9. С. 95 – 109.

81. Гончарова Н.Н. Языковая картина мира как объект лингвистического описания. *Известия ТулГУ. Гуманитарные науки*. 2012. № 2. С. 396-405.

82. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Москва; Харьков: “РА–Каравелла”, 2001. 320 с.

83. Горошко Е.И. Проблемы проведения свободного ассоциативного эксперимента. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия “Филология”*. 2005. № 3. URL: <http://www.kpi.kharkov.ua/archive/articles/Goroshko/problemy-provedeniya-svobodnogo-assotsiativnogo-eksperimenta.pdf>

84. Горошко Е.И. Психолингвистика Интернет-коммуникаций. *Вопросы психолингвистики*. 2018. №1 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/psiholingvistika-internet-kommunikatsiy>

85. Гостева Ж.Е. Средства выражения концепта “истина” в английском языке: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Архангельск, 2004. 209 с.

86. Григорова Е.Ю. Трансформации индоевропейского корня в свете истории культуры: лексико-этимологическое и лингвокультурологическое исследование: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19, 10.02.20. Москва, 2008. 126 с.

87. Гринцер Н.П. Греческая ἀλήθεια: очевидность слова и тайна значения. Комментарии к курсу истории античной философии. Москва, 2002. С. 35-38.

88. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учеб. пособие. Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2004. 424 с.

89. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества. Избранные труды по языкознанию. Москва: Прогресс, 1984. 400 с.

90. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. Москва: Прогресс, 1985. С. 349.
91. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. Ленинград: Гидрометеоиздат, 1990. 528 с.
92. Гуревич А.Я. Категории средневековой культуры. Москва: Искусство, 1972. 318 с.
93. Гуревич Л.С. Когнитивное пространство метакоммуникации. Иркутск: ИГЛУ, 2009. 372 с.
94. Гухман М.М. Историческая типология и проблема диахронических констант. Москва: Наука, 1981. 249 с.
95. Данченкова А.В. Феномен буквы в индоевропейской языковой картине мира: лингвоэтимологический и лингвокультурологический анализ: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19, 10.02.20. Москва, 2004. 145 с.
96. Двуреченская А.С., Яковлева Д.Е. Национальные и культурные ценности: сравнительный анализ понятий. *Вестник КемГУКИ*. 2017. Вып. 40. С. 113-118.
97. Дмитриева Н.М. Этическая концептосфера русской языковой картины мира: диахронический аспект: дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.01. Москва, 2017. 439 с.
98. Докучаев И.И. Ценность и экзистенция. Основоположения исторической аксиологии культуры. Санкт-Петербург: Наука, 2009. 595 с.
99. Домброван Т.И. Лингвосинергетика: Язык как синергетическая система: монография. Saarbrucken: Lambert Academic Publishing, 2014. 308 p.
100. Дронова Л.П. К типологии языкового выражения понятия “образ, внешний вид”. *Этнолингвистика. Ономастика. Этимология*: материалы междунар. конф. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2009. С. 88-90.
101. Дронова Л.П. Реконструкция в компаративистике и когнитивно-ориентированной лингвистике. *Вестник Томского государственного университета. Филология*. 2012. № 4 (20). С. 25–31.



102. Дронова Л.П. Энантиосемия производных слав. \*krějati. *Этнолингвистика. Ономастика. Этимология: материалы III Междунар. науч. конф.* Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. С. 102-105.
103. Дудченко О.В. Реконструкция концептосферы КРАСОТА в англосаксонской поэтической картине мира: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Владивосток, 2007. 24 с.
104. Дьяконов И.М. Мифология древнего мира. Москва: Наука, 1977. 302 с.
105. Дьяконов И.М. О прародине носителей индоевропейских диалектов. *Древние цивилизации. От Египта до Китая: Вестник древней истории* / ред. А.И. Павловская. Москва: Ладомир, 1997. 1266 с.
106. Дьяконов И.М. Сравнительное языкознание, история и другие смежные науки. *Лингвистическая реконструкция и древнейшая история Востока: тезисы и доклады конференции.* Москва: Наука, 1984. Ч. 2. С. 3–20.
107. Дюмезиль Ж. Верховные боги индоевропейцев / пер. с франц. Т.В. Цивьян. Москва: Наука, 1986. 234 с.
108. Егорова М.А. "Когнитивное пространство" и его соотношение с понятиями "ментальное пространство", "когнитивная база", "концептосфера", "картина мира". *Вестник ИГЛУ. Серия филология.* 2012. № 3. С. 61-68.
109. Жаботинская С.А. Концепт/домен: матричная и сетевая модели. *Культура народов Причерноморья.* 2009. № 168. Т. 1. С. 254–259.
110. Жайворонок В.В. Українська етнолінгвістика : деякі аспекти досліджень. *Мовознавство.* 2001. № 5. С. 48–63.
111. Жуков В.Н. Введение в юридическую аксиологию (вопросы методологии). *Государство и право.* 2009. № 6. С. 20 – 31.
112. Журавлев А.Ф. По поводу истины (семантико-типологический комментарий). *Эволюции смыслов.* Москва: Издательский дом ЯСК, 2016. С. 247-261.
113. Загородня О.Ф. Асоціативні поля суспільно-політичної лексики в мовній картині світу українців (комп'ютерне опрацювання результатів

психолінгвістичного експерименту): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.21. Житомир – Київ, 2018. 256 с.

114. Залевская А.А. Вопросы теории и практики межкультурных исследований. *Психолингвистические исследования. Слово. Текст: избранные труды.* Москва: Гнозис, 2005. С. 194-203.

115. Залевская А.А. Проблемы организации внутреннего лексикона человека. *Психолингвистические исследования. Слово. Текст: избранные труды.* Москва: Гнозис, 2005. С. 31-85.

116. Залевская А.А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: избранные труды. Москва: Гнозис, 2005. 543 с.

117. Залізняк Л.Л. Етно-генетичні витоки найдавніших індоєвропейців Європи. *Україна й українство в етнокультурних процесах: зб. наук. праць / уклад. В. Д. Баран, Л. Л. Залізняк, С. С. Наливайко.* Київ : НДІУ, 2017. С. 87–102.

118. Залізняк Л.Л. Мезолітичні витоки перших індоєвропейських культур Європи за даними археології. *Археологія.* 2016. № 3. С. 3-17.

119. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. Москва: Политиздат, 1986. 223 с.

120. Змиева И.В. Добро как концепт и категория в английской языковой картине мира. *Культура народов Причерноморья.* 2007. № 110, Т. 1. С. 206-208.

121. Золотова Н.О. Проблема ядра и периферии в исследованиях лексикона человека. *Слово и текст: психолингвистический подход: сб. науч. тр. / под общ. ред. А. А. Залевской.* Тверь: Твер. гос. ун-т, 2004. Вып. 2. С. 71-83.

122. Зуева Е.А., Шейфель Н.А., Позднышева Г.В. Отражение развития религиозных представлений народа в лексике религиозной культуры (на материале русского, немецкого и английского языков) (часть 1). *Филологические науки. Вопросы теории и практики.* Тамбов: Грамота, 2013. № 4 (22): в 2-х ч. Ч. II. С. 78-82.

123. Иванов Вяч.Вс. Избранные труды по семантике и истории культуры. Москва: Языки русской культуры, 1998. Т. 1. 912 с.
124. Иванов В.В., Топоров В.Н. О языке древнего славянского права (к анализу нескольких ключевых терминов). *Славянское языкознание: VIII Международный съезд славистов*. Москва: Наука, 1978. С. 221-240.
125. Ильин В.В. Аксиология. Москва: Изд-во МГУ, 2005. 216 с.
126. Ильясов И.И. Психологические и физиологические методы психолингвистического исследования. *Основы теории речевой деятельности*. Москва: Наука, 1974. С. 106-128.
127. Ирисханова О.К. О теории концептуальной интеграции. *Известия АН. Серия литературы и языка*. 2001. Т. 60. № 3. С. 44-49.
128. Иваненко Н.В. Системно-структурна організація лексико-семантичного поля добро” в українській та англійській мовах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Лінгвістика*. 2007. Вип. 5. С. 60-64.
129. Каган М.С. Философия культуры: учебное пособие. Санкт Петербург, 1996. 415 с.
130. Каган М.С. Философская теория ценностей. Санкт-Петербург: ТОО ТК “Петрополис”, 1997. 205с.
131. Кадачиева Х. М., Алиева Д. С. Концептосфера как способ структурирования когнитивного пространства. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2015. № 6 (48). С. 64-66.
132. Канарский А. С. Диалектика эстетического процесса. Киев: Вища школа, 1979. 216 с.
133. Кант И. Сочинения в 6 т. / под общ. ред. В.Ф. Асмуса, А.В. Гулыги, Т.И. Ойзермана. Москва: “Мысль”, 1965. Т.4. 480 с.
134. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке. *Языковая личность: культурные концепты*: Сб. науч. тр. Волгоград-Архангельск: Перемена, 1996. С. 3-16.

135. Карасик В.И. Символические концепты. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2009. Вып. 11. С. 24–29.
136. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
137. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва: Гнозис, 2004. 389 с.
138. Карасик В.И., Красавский Н. А., Слышкин Г. Г. Лингвокультурная концептология: учебное пособие к спецкурсу. Волгоград, 2009. 115 с.
139. Карасик В.И., Прохвачева О.Г., Зубкова Я.В., Грабарова Э.В. Иная ментальность. Москва: Гнозис, 2005. 352 с.
140. Карасик В. И. Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования. *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*: сб. науч. тр. / под ред. И. А. Стернина. Воронеж: ВГУ, 2001. С. 75 -80.
141. Караулов Ю. Н. Вербальные единицы знания: структура, объем, качество. *Язык и мы. Мы и язык*: сб. ст. памяти Б. С. Шварцкопфа. Москва: 2006. С. 89-125.
142. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Москва: Наука, 1987. 264 с.
143. Караулов Ю. Н. Типы коммуникативного поведения носителя языка в ситуации лингвистического эксперимента. *Этнокультурная специфика языкового сознания*: сб. ст. / отв. ред. Н. В. Уфимцева. Москва: Ин-т языкознания РАН, 1996. С. 67-96.
144. Карпенко У.А. Преобразование значений первокорня слова ‘короткий’ в разноструктурных языках. *Русский язык и литература: проблемы изучения и преподавания*: сб. науч. тр. / под общ. ред. Л. А. Кудрявцевой. Киев, 2014. Вып. 8. С. 37 – 42.
145. Карпиловская Е.А. Интегральный подход к моделированию динамики современного украинского лексикона. *Грани слова*: сб. науч. тр. к

65-летию проф. В. М. Мокиенко / отв. ред. М. Алексеенко, Х. Вальтер. Москва: “ЭЛПИС”, 2005. С. 293-299.

146. Касевич В.Б. О когнитивной лингвистике. *Общее языкознание и теория грамматики*. Санкт-Петербург, 1998. С. 14–21.

147. Касевич В.Б. Элементы общей лингвистики. Москва: Наука, 1977. 183 с.

148. Кибрик А.Е. Лингвистическая реконструкция когнитивной структуры. *Вопросы языкознания*. 2008. № 4. С. 51-77.

149. Клименко А.П. Вопросы психолингвистического изучения семантики. Минск: Вышэйшая школа, 1970. 208 с.

150. Клименко А.П. Лексическая системность и ее психолингвистическое изучение: учеб. пособие. Минск, 1974. 108 с.

151. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Законы эволюции и самоорганизации сложных систем. Москва: Наука, 1994. 236 с.

152. Колесов В.В. “Жизнь происходит от слова...”. Санкт-Петербург: Златоуст, 1999. 369 с.

153. Колесов В.В. Когнитивистика в аспекте терминологии. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2013. № 1. С. 48-54.

154. Колесов В.В. О логике логоса в сфере ментальности. *Мир русского слова*. 2000. № 2. С. 52-59.

155. Кононова И.В. Структура и языковая репрезентация британской национальной морально-этической концептосферы (в синхронии и диахронии): автореф. дисс. докт. филол. наук: 10.02.04. Санкт-Петербург, 2010. 40 с.

156. Конча С.В. Перспективи етногенетичних реконструкцій за кам'яної доби. (Матеріали індоєвропейістики). *Кам'яна доба України*. 2004. Вип. 5. С. 191-203.

157. Корольова А.В., Черхава О.О. Феномен реконструкції у класичній лінгвокомпаративістиці. *Проблеми зіставної семантики* / відп. ред. А. В. Корольова. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2015. Вип. 12. С. 128–135.

158. Кострыкина С.Е. Семантическая реконструкция прагерманских форм *buʒjanan* и *\*saljanan* (на материале древнегерманских библейских текстов): автореф. ... дис. канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2013. 21 с.
159. Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства: підручник. Київ: Видавничий центр “Академія”, 2006. 424 с.
160. Кошарная С.А. Миф и язык: Опыт лингвокультурологической реконструкции русской мифологической картины мира. Белгород: Изд-во Белгород. ун-та, 2002. 288с.
161. Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Москва: Диалог, 1998. 352 с.
162. Красных В. В. Этнолингвистика и лингвокультурология: курс лекций. Москва: Гнозис, 2002. 284 с.
163. Красухин К. Г. Введение в индоевропейское языкознание: учебное пособие. Москва: Издательский центр “Академия”, 2004. 320с.
164. Кубрякова Е.С. Проблема представления знаний в современной науке и роль лингвистики в решении этих проблем. *Язык и структура представления знаний*: сб. науч.-аналит. обзоров / отв. ред.: Ф.М. Березин, Е.С. Кубрякова. Москва: ИНИОН РАН, 1992. С. 4-39.
165. Кубрякова Е.С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. Москва: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
166. Кубрякова Е.С, Ирисханова О.К. Проблемы лингвокреативной деятельности человека. *На стыке парадигм лингвистического знания в начале XXI века: грамматика, семантика, словообразование*: материалы междунар. конф. Калининград: Изд-во КГУ, 2003. С. 167 – 175.
167. Ладыгин Ю. А. Ценностные аспекты концепта *valeur*. *Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов*: коллективная монография / отв. ред. Л.Г. Викулова. Москва: ТЕЗАУРУС, 2011. С. 175–196.

168. Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят нам о мышлении / пер. с англ. И.Б. Шатуновского. Москва: Языки славянской культуры, 2004. 792с.
169. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. Москва: Едиториал. УРСС, 2004. 256 с.
170. Лапшина М.Н. Семантическая эволюция английского слова: изучение лексики в когнитивном аспекте. Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1998. 159 с.
171. Лебедева Н.М. Базовые ценности русской культуры на рубеже XXI века. *Психологический журнал*. 2000. Т. 21. № 3. С. 73–87.
172. Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре. *Психологический журнал*. 2001. Т. 22. №3. С. 26–36.
173. Левицкий В.В. Семантические и фонетические связи в лексике индоевропейского праязыка. Черновцы: Рута, 2008. 231 с.
174. Левицкий В.В. Семасиология: монография. Винница: Нова книга, 2012. 675 с.
175. Левицкий В.В., Стернин И.А. Экспериментальные методы в семасиологии. Воронеж: Изд-во ВГУ, 1989. 192 с.
176. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. Москва: “Смысл”, 2005. 310 с.
177. Леонтьев А.А. Языковое сознание и образ мира. *Язык и сознание: парадоксальная рациональность* / ред. Е.Ф. Тарасов. М.: Ин-т языкознания РАН, 1993. С. 16-21.
178. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения: в 2-х т. Москва: Педагогика, 1983. Т II. 320 с.
179. Леонтьев Д.А. От социальных ценностей к личностным: социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности. *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*. 1996. № 4. С. 35-44.
180. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. Москва: Смысл, 2007. 512 с.

181. Леонтьев Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции. *Вопросы философии*. 1996. № 4. С. 15–26.
182. Леонтьев Д.А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции. *Современный социоанализ: сборник работ авторов, получивших гранты Московского отделения Российского научного фонда и Фонда Форда*. 1996. Вып. VI. С. 5–23.
183. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени. *Психологическое обозрение*. 1998. № 1. С. 13–25.
184. Лесков Л.В. Синергетика культуры. *Вестник МГУ. Серия 7. Философия*. 2004. № 45. С. 14-36.
185. Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография / отв. ред. Л. Г. Викулова. Москва: ТЕЗАУРУС, 2011. 352 с.
186. Лингвокультурологические исследования. Логический анализ языка. Понятие веры в разных языках и культурах / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, М.Л. Ковшова. Москва: Гнозис, 2018. 856 с.
187. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка. *Известия РАН. Серия литературы и языка*. 1993. Т. 52. № 1. С. 3-9.
188. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка. *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: антология* / под общ. ред. В.П. Нерознака. Москва, 1997. С. 280 – 287.
189. Логический анализ языка: истина и истинность в культуре и языке / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, Н.К. Рябцева. Москва: Наука, 1995. 202 с.
190. Лозова О.М. Психосемантика етнічної свідомості: проблеми й тенденції розвитку. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО*. 2006. № 12. С. 162-168.
191. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: URL: <https://lopatnikov.pro/>



192. Лосский Н.О. Ценность и бытие. Бог и царство Божие как основа ценностей. Париж: YMCA-PRESS, 1931. 135 с.
193. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров: Человек – текст – семиосфера – история. Москва: Языки русской культуры, 1996. 464 с.
194. Лотман Ю.М., Успенский Б. А. О семиотическом механизме культуры. *Семиосфера* / под ред. Ю. М. Лотмана. Санкт-Петербург: Искусство, 2000. С. 485–503.
195. Лурия А.Р. Язык и сознание. Москва: Изд-во МГУ, 1979. 319с.
196. Лурье С.В. Историческая этнология: учебное пособие для вузов. Москва: Аспект Пресс, 1997. 448 с.
197. Маймакова А. Д. Язык и этнос: этносоциальный аспект. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2015. № 3-1. С. 123-127. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=6493>.
198. Маковский М.М. Язык – миф – культура. Символы жизни и жизнь символов. Москва: Русские словари, 1996. 330 с.
199. Маковский М.М. Лингвистическая генетика. Проблемы онтогенеза слова в индоевропейских языках. Москва: Издательство ЛКИ, 2007. 208 с.
200. Маленкова А.А. Система обозначений добра и зла в русском языке: структурно-смысловой анализ семантического поля: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Москва, 2004. 197 с.
201. Маркелова Е.В. Когнитивный анализ семантической структуры многозначного слова. *Языковая ситуация в России начала XXI века: материалы междунар. науч. конф.* Кемерово, 2002. Т.2. С. 34-37.
202. Мартиненко О. Проблема істини у філософському та науковому пізнанні. *Релігія та Соціум*. 2016. № 1-2 (21-22). С. 22-27.
203. Мартінек С. Емпіричні й експериментальні методи у сучасній когнітивній лінгвістиці. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2011. Вип. 52. С. 25–32.

204. Марчук У.А. Асоціативний експеримент як метод дослідження лінгвокультурних концептів. *Наукові записки. Вип. 75. Серія: Філологічні науки (мовознавство): у 5 ч.* 2008. С. 242 – 246.
205. Маслов Е.С. Основные категории и проблемы теории ценностей: учебно-методическое пособие. Казань: Казанский государственный университет, 2010. 38 с.
206. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. Москва: Флинта; Наука, 2016. 296 с.
207. Маслова В.А. Концепты разных типов и пути их реконструкции. *Проблемы концептуализации действительности и моделирования языковой картины мира: сб. науч. тр. / сост., отв. ред. Т.В. Симашко.* Москва; Архангельск, 2013. Вып. 6 . С. 160-169.
208. Маслова В.А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов вузов. Москва: Academia, 2001. 208 с.
209. Маффесоли М. Околдованность мира или божественное социальное. *Социо-Логос: социология, антропология, метафизика: сб. работ / сост., общ. ред. и предисл. В.В. Винокурова, А.Ф. Филиппова.* Москва: Прогресс, 1991. Вып.1. Общество и сферы смысла. С. 274-283.
210. Межуев В. М. Идея культуры. Очерки по философии культуры. Москва: Прогресс-Традиция, 2006. 408 с.
211. Мельникова А. А. Язык и национальный характер. Взаимосвязь структуры языка и ментальности. Санкт-Петербург: Речь, 2003. 320 с.
212. Меркулова О. А. Семантические законы и образ мира. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация.* 2008, № 3. С. 39-42.
213. Мещерякова Ю. В. Красота. *Антология концептов / под. ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина.* Волгоград: Парадигма, 2005. С.118-138.
214. Миронов А. В. Понятие ценности, виды и иерархия ценностей. *Социально-гуманитарные знания.* 2007. № 1. С. 92-105.

215. Михалёв А. Б. От фоносемантического поля к протоконцептуальному пространству языка. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2014. №1 (038). С. 91-104.

216. Михалёв А. Б. Теория фоносемантического поля. Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 1995. 213 с.

217. Михальчук И. П. Концептуальные модели в семантической реконструкции (индоевропейское понятие «закон»). *Известия РАН. Серия литературы и языка*. 1997. Т. 56. № 4. С. 29–39.

218. Молодыхенко Е. Н. Об операционализации категории “ценность” в текстовом и дискурсивном анализе: к вопросу о лингвистической аксиологии. *Вестник МГПУ. Серия Филология. Теория языка. Языковое образование*. 2015. № 3 (19). С. 90-97.

219. Молчанов А.А., Нерезнак В.П., Шарыпкин С.Я. Памятники древнейшей греческой письменности (введение в микенологию). Москва: Наука, 1988. 192 с.

220. Мэллори Дж. П. Индоевропейские прародины. *Вестник Древней Истории*. 1997. № 1. С. 61 – 82.

221. Недашківська Т.Є. Семантична конструкція асоціативного поля (на матеріалі асоціативного експерименту). *Психолінгвістика*. 2011. Вип. 7. С. 126–134.

222. Неровная Н.А. Национальная специфика лексико-фразеологической объективации близких по содержанию концептов (на материале концептов *толерантность*, *терпимость* в русском и английском языковом сознании): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. 10.02.19. Воронеж, 2009. 20 с.

223. Никитин М.В. Основы лингвистической теории значения. Москва: Высшая школа, 1988. 168 с.

224. Огнева Е.А. Лингвострановедение: британская палитра: учебное пособие. Москва: Эдитус, 2012. 136 с.

225. Орлов А.Б., Шумский В.Б. Ноэтическое измерение человека: вклад Виктора Франкла в психологию и психотерапию. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2005. Т. 2. № 2. С. 65–80.
226. Пантелей М.В. Оцінка у структурі лінгвокультурного концепту politician / політик. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. 2006. № 725. С. 33-36.
227. Петухов Ю. Д. Дорогами богов: Этногенез и мифогенез индоевропейцев. Разрешение основной проблемы индоевропеистики. Москва: Метагалактика, 1998. 253 с.
228. Пименова М. В. Методология концептуальных исследований. *Антология концептов* / под. ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 15-19.
229. Попова З. Д. "Слабые места" публикаций по когнитивной лингвистике (к проблеме унификации и стабилизации лингвокогнитивной терминологии). *Язык. Этнос. Картина мира*. 2003. Вып. 1. С. 16-23.
230. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж: Истоки, 2003. 191 с.
231. Попова З.Д, Стернин И.А. Полевая модель концепта. *Введение в когнитивную лингвистику*. 2005. С. 12-45.
232. Попова З. Д., Стернин И. А. Язык и национальная картина мира. Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2015. 101 с.
233. Попова З. Д., Стернин И. А. Язык и национальная картина мира. Воронеж: Истоки, 2002. 60 с.
234. Порциг В. Членение индоевропейской языковой области / пер. с нем. Л. Брауде и В. Павлов; под. ред. и с предисл. А. В. Десницкой. Москва: Эдиториал УРСС, 2003. 332 с.
235. Потенбня А. А. Из записок по русской грамматике. Т. 1. Введение. Воронеж: Типография Н.Д. Гольдштейна, 1874. 161 с.
236. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя: Прем'єр, 2008. 332 с.

237. Приходько А.Н. Концепт и концептосистемы. Днепропетровск: Белая Е. А., 2013. 307 с.
238. Проскурин С.Г. Мифопоэтический мотив "мирового дерева" в древнеанглийском языке и англосаксонской культуре. *Логический анализ языка: культурные концепты* / отв. ред. Н. Д. Арутюнова. Москва: Наука, 1991. С. 124 - 129.
239. Прохоров Ю.Е. К проблеме «концепта» и «концептосферы». *Язык, сознание, коммуникация*: сб. статей. Москва: МАКС Пресс, 2005. Вып. 30. С. 74 – 94.
240. Радзієвська Т.В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст-соціум-культура-мовна особистість: монографія. Київ: Інформ.-аналіт. агенство, 2010. 491 с.
241. Риккерт Г. Науки о природе и науки о духе. *Культурология. XX век: Антология*. Москва, 1995. С. 69–104.
242. Рудакова А. В. Когнитология и когнитивная лингвистика. Воронеж: Изд-во ВГАУ, 2004. 80 с.
243. Савельева Е. А. Концептуализация утилитарных оценок полезный / вредный в русском языке: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Омск, 2014. 211 с.
244. Сагнаева У. Л. Концептосфера этнокультурной доминанты и методы ее изучения. *Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2007. Т.5. Вып 1. С. 31 – 39.
245. Садохин А. П., Грушевицкая Т. Г. Основы этнологии: учебное пособие. Москва: Юнити-Дана, 2015. 351 с.
246. Сафонова Н.В. Ментальная и языковая репрезентация концепта благо/добро в русском языковом сознании: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.01. Тамбов, 2004. 497 с.
247. Сахарный Л.В. Введение в психолингвистику: Курс лекций. Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та. 1989. 184 с.

248. Севастьянова А.Л. Прагмалингвистический анализ ценностно-событийного дискурса (на материале выступлений политических лидеров США): дис... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2018. 202 с.

249. Семегин Т.С. Динаміка семантичної структури бінарних концептів ПРЕКРАСНИЙ/ПОТВОРНИЙ в англійській та українській мовах: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.17. Київ, 2011. 197 с.

250. Серебренникова Е.Ф. Семиметрия слова “странный” в сравнительном культурологическом аспекте анализа. *Этносемиметрия ценностных смыслов*: коллективная монография. Иркутск: ИГЛУ, 2008. С. 445–458.

251. Серебренникова Е.Ф. Странный: семиметрия лингвокультурологической релевантности древнего слова и элементов его языковой семьи в сравнительном анализе. *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. 2008. № 3. С. 4 – 10.

252. Серебрянникова Е.Ф. Этносемиметрия как способ лингвистического аксиологического анализа. *Лингвистика и аксиология: этносемиметрия ценностных смыслов*: коллективная монография. Москва: ТЕЗАУРУС, 2011. С. 7-48.

253. Серебрянский Д.С. Классический утилитаризм: основные теоретические проблемы. *Этическая мысль*. 2011. Вып. 11. С. 90-105.

254. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. Волгоград: Перемена, 2004. 340 с.

255. Смирнова Е.Е. Концепт “правда” в русском языковом сознании (на материале фольклорных текстов, толковых и фразеологических словарей современного русского языка). *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2010. № 5. Вып 1. С. 355-361.

256. Смирнова Е.Е. Смысловое наполнение концепта ИСТИНА в лексико-семантической системе русского языка (по данным лексикографических источников). *Научный диалог*. 2017. № 11. С. 169-182.

257. Снитко О.С. Коды культуры у мовній об'єктивізації дійсності. *Studia Linguistica*: зб. наук. праць. Київ: ВГЦ: Київський університет. Вип. 1. 2008. С. 115–121.
258. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. Москва. 1992. 481 с.
259. Сорокин П.А. Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет. Москва: Наука, 1994. С. 229-247.
260. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Союмонов: пер. с англ. С. А. Сидоренко. Москва: Политиздат, 1992. 543 с.
261. Соснина Ю.А. Наименования реакций страха на чудесное в переводах Нового Завета. *Вестник НГУ. Серия: История, филология*. 2016. Т. 15. № 9: Филология. С. 148–153.
262. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Москва: Академический Проект, 2004. 991 с.
263. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования. Москва: “Языки русской культуры”, 1997. С. 40–76.
264. Степанов Ю.С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. Москва: Языки славянских культур, 2007. 248 с.
265. Стернин И.А. Методика исследования структуры концепта. *Методические проблемы когнитивной лингвистике*: научное издание / под ред. И.А. Стернина. Воронеж: Изд-во Воронежского гос. у-та, 2001. С. 58 – 65.
266. Стернин И.А. Сопоставительно-параметрический метод: новый этап развития. *Сопоставительные исследования*. 2010 (б). С. 3-9.
267. Стернин И.А. Любова С.Г. Индексальная характеристика сем в сопоставительно-параметрическом методе описания языка. *Психолингвистика и лексикография*. Воронеж, 2014. С. 3-8.
268. Стернин И.А., Рудакова А.В. Психолингвистическое значение слова и его описание. “Ламберт”. 2011. 192 с.

269. Стернина М.А. Параметрический метод сопоставительных исследований. *Мова. Науково-теоретичний часопис з мовознавства*. 2009. № 14. С. 16–19.

270. Стернина М.А. Сопоставительно-параметрический метод исследования: возможности и перспективы. *Сопоставительные исследования*. 2011. С. 3–18.

271. Стернина М.А. Сопоставительно-параметрический метод лингвистических исследований. Воронеж: Истоки, 2014. 114 с.

272. Стернина М.А. Сопоставительно-параметрический метод: новый этап развития. *Сопоставительные исследования*. 2010. С. 3–9.

273. Стефанова Н.О. Асоціативне поле “ІНТЕРЕС” як структура ціннісних значимостей/смишлів мешканців України (за результатами психолінгвістичного експерименту). *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія “Філологія, педагогіка, психологія”*. 2020. Вип. 39. С. 94-106.

274. Стефанова Н.О. Асоціативний експеримент: загальна програма і нові форми проведення, ресурсні витрати, класифікації асоціацій. *Філософія мови та нові тенденції в перекладознавстві й лінгвістиці*: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2019. С. 227-232.

275. Стефанова Н.О. Бинарна природа аксіологічних концептів. *Modern philological research: a combination of innovative and traditional approaches: proceedings of the Internat. scient.-pract. conf.* Tbilisi: Baltija Publishing, 2018. P. 163-167.

276. Стефанова Н.О. Етносеміометрія семантичних структур імен матрічних аксіоконцептів ІСТИНА-ВІРА-ПРАВДА. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2019. Вип. 42. Том 3. С. 23-26.

277. Стефанова Н.О. Індоевропейські та праслов'янські джерела лексем добро і добрий. *Світ мови – світ у мові*: матеріали V Міжнар. наук. конф.



Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2019. С. 189-191.

278. Стефанова Н.О. Когнітивні механізми взаємодії концептуально-інтеграційних мереж доменів у мотиваційному континуумі аксіоконцептосфери. *Philology in EU countries and Ukraine at the modern stage: proceedings of the Internat. scient.-pract. conf. Baia Mare: Izdevniecība "Baltija Publishing"*, 2018. P. 144-147.

279. Стефанова Н.О. Когнітивні механізми кодування ціннісно-оцінних концептів. *Паралелі та контрасти: мова, культура, комунікація: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. Одеса: Національний університет "Одеська юридична академія"*, 2018. С. 98-100.

280. Стефанова Н.О. Когнітивно-ономасіологічна реконструкція уявлень індоєвропейців та їхніх нащадків – прагерманців і праслов'ян – про красу. *Людино- й культурознавчі пріоритети сучасного мовознавства: напрями, тенденції та міждисциплінарна методологія / за ред. К. І. Мізін. Переяслав-Хмельницький; Кременчук: ПП Щербатих О.В., 2019. С. 171-178.*

281. Стефанова Н. О. Концептосфера як ментальне структурування етнічних констант і культурно-ціннісних домінант. *Актуальні питання іноземної філології: наук. журн. / редкол.: І.П. Біскуб (гол.ред.) та ін. Луцьк: Східноєвроп. Нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2018. № 8. С. 285-292.*

282. Стефанова Н. О. Методическая процедура применения сопоставительно-параметрического метода для анализа сем оценочно-маркированных слов англ. good/ укр. добрий-добро. *The Word: Aspects of Research. Liepāja: Liepājas Universitāte, Humanitāro un mākslas zinātņu fakultāte, 2019. № 23 (1/2). P. 402-411. (ISSN: 1407-4737).*

283. Стефанова Н.О. Методологічний стан лінгвокультурної концептології та передумови розробки нової аксіоепістемології. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія "Філологія". Острог: Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 4 (72). С. 45-49.*

284. Стефанова Н.О. Лінгвосинергетична методологія реконструкції британської та української аксіоконцептосфер. *Актуальні питання іноземної філології*: наук. жур. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2019. № 10. С. 254-261.

285. Стефанова Н.О. Методичні процедури когнітивної і асоціативної параметризації гіперконцепту ЦІННІСТЬ та його базових концептів. *Науковий журнал "Молодий вчений"*. Херсон: "Молодий вчений", 2019. Вип. 5.1 (69.1). С. 198-201.

286. Стефанова Н.О. Наукова аргументація терміна «Концептосфера» крізь призму термінологічних аналогів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Перекладознавство та міжкультурна комунікація*. Херсон: Херсонський державний університет, 2018. Вип. 1. Т. 2. С. 94-98.

287. Стефанова Н.О. Нові методики опрацювання результатів асоціативних експериментів (на прикладі комп'ютерної системи О.Ф. Загородньої). *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету: зб. наук. пр. Серія: Філологія*. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2018. Вип. 37. Т. 4. С. 115-119.

288. Стефанова Н.О. Праїндоевропейські етнічні константи та їх синкретична семантизація в архаїчному ядрі концепту ДОБРО. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвуз. зб. наук. пр. молод. вчен. Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич: Видавничий дім "Гельветика", 2019. Вип. 24. Том 2. С. 129-137.

289. Стефанова Н.О. Реконструкція діахронійного ядра концепту GOOD (на матеріалі індоєвропейських, прагерманських і давньоанглійських першозначень). *Science and Education a New Dimension. Philology*, 2019. VII (61). Issue: 210. P. 58-62. (ISSN: 2308-1996).

290. Стефанова Н.О. Реконструкція першозначень ціннісно-мотиваційного ядра концептів Істина і Правда. *Науковий вісник*

*міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2019. Вип. 41. Том 2. С. 114-118.*

291. Стефанова Н.О. Семіометрична параметризація концептосфер носіїв різних мов. *Інтелектуальна та емоційна складова навчання іноземних мов: новітні тенденції і завдання для вищої школи: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: ННІМВ, НАУ, 2018. С. 232-237.*

292. Стефанова Н.О. Семіометричний аналіз аксіоконцептосфер із залученням можливостей пошукових систем корпусів. *Корпусна лінгвістика: розроблення технологій нового покоління: матеріали I Міжнар. наук.-прикл. конф. (в режимі online). Київ: Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2018. С. 43-44.*

293. Стефанова Н.О. Семантична структура імені матричного аксіоконцепту TRUTH. *Львівський філологічний часопис: зб. наук. пр. Львів: Видавничий дім "Гельветика", 2019. № 6. С. 203-208.*

294. Стефанова Н.О. Синергетичні передумови становлення лінгвоаксіологічної етносеміометрії. *Україна і світ: діалог мов та культур: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2018, С. 314-317.*

295. Стефанова Н.О. Слово "цінність" і "категорія цінність" в лінгвосеміометрії. *Стратегії розвитку та пріоритетні завдання філології: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2018. С. 73-78.*

296. Стефанова Н.О. Сучасна семантична структура імен матричних аксіоконцептів Benefit/Користь в англійській та українській мовах. *Science and Education a New Dimension. Philology, 2020. VIII (64). Issue: 216. P. 53-56.*

297. Стефанова Н.О. Трансфер мотиваційного континууму цінностей Ш. Шварца для реконструкції концептосфери лінгвокультури. *Філологія початку XXI сторіччя: традиції та новаторство: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2019. С. 84-86.*

298. Стефанова Н.О. Умови і форми проведення вільного асоціативного експерименту та нові інструменти для опрацювання його результатів. *Нове та традиційне у дослідженнях сучасних представників філологічних наук: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса: Південноукраїнська організація “Центр філологічних досліджень”*, 2019. С. 93-96.

299. Столович Л.Н. Красота. Добро. Истина: Очерк истории эстетической аксиологии. Москва: Республика, 1994. 464 с.

300. Суворова Е.В. К вопросу об истории исследований процесса инференции. *Universum: Филология и искусствоведение*: электрон. научн. журн. 2016. № 5 (27). URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/3207>

301. Сурина В.Н. Понятие концепта и концептосферы. *Молодой ученый*. 2010. № 5. Т.2. С. 43-46.

302. Телия В.Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологического состава языка в контексте культуры. *Фразеология в контексте культуры*. Москва: Языки русской культуры, 1999. С. 13–24.

303. Терехова Д.І. Основні стратегії асоціювання східних слов'ян (на прикладі аналізу асоціативних полів слів держава / государство / дзяржава): *Проблеми зіставної семантики*. 2013. Вип. 11. С. 31–38.

304. Терехова Д.І. Психолінгвістичні засади вивчення семантики слова. *Лінгвістичні та методичні проблеми навчання мови як іноземної* : матеріали наук.-практ. конф. / за ред. В.К. Зернової. Полтава. 2010. С. 485–488.

305. Титов В.Т. Выделение параметрического ядра лексики: методические указания. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2006. 55 с.

306. Тищенко О.В. Обрядова семантика у слов'янському мовному просторі: монографія. Київ: Київський державний лінгвістичний університет, 2000. 236 с.

307. Ткачук А.Н., Куренкова Т.Н., Стрекалева Т.В. Ценностный фактор и специфика мировосприятия народа (на материале анализа лингвокультурных концептов). *Культурология*. URL: <http://econf.rae.ru/article/6740>.

308. Токарев Г.В. Проблемы лингвокультурологического описания концепта (на примере концепта “Трудовая деятельность”). Тула: Изд-во Тул. гос. пед. ун-та, 2000. 92 с.

309. Толстая С.М. Мотивационные семантические модели и картина мира. *Языкознание sub specie русистики: итоги и перспективы*: матер. междунар. конф. Москва, 2002. № 1 (3). С. 112-127.

310. Толстая С.М. Семантические категории языка культуры: Очерки по славянской этнолингвистике: монография. Москва: URSS, 2010. 368 с.

311. Толстой Н.И. Некоторые проблемы сравнительной славянской семасиологии. *Славянское языкознание: материалы VI Международного съезда славистов*. Москва, 1968. С. 339-365.

312. Толстой Н.И. Проблема реконструкции древнеславянской духовной культуры. *Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике*. Москва, 1995. С. 41-60.

313. Толстой Н.И. Язык и народная культура: Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. Москва: Индрик, 1995. 512 с.

313. Топоров В.Н. Ведийское *rtá-*: к соотношению смысловой структуры и этимологии. *Этимология*. 1979. Москва, 1981. С. 139-156.

314. Топоров В.Н. Исследования по этимологии и семантике: в 2-х т. Индоевропейские языки и индоевропейистика. Москва: Языки славянских культур, 2006. Т. 2. 544 с.

315. Топоров В.Н. К реконструкции балто-славянского мифологического образа Земли-Матери \**Zemia & Mate* (\**Mati*). *Балто-славянские исследования 1998–1999*. XIV. Москва: Наука, 2000. С. 239–371.

316. Топоров В.Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ. Исследования в области мифопоэтического. Москва: Прогресс, 1995. 624 с.

317. Топоров В.Н. О ритуале. Введение в проблематику. *Архаический ритуал в фольклорных и раннелитературных памятниках*. Москва: Главная редакция восточной литературы, 1988. С. 7–60.
318. Топоров В.Н. Этимологические заметки (славяно-италийские параллели). *Краткие сообщения Института славяноведения АН СССР*. 1958. Вып. 25. С. 74-87.
319. Топорова Т.В. О древнеисландских формулах хаоса и конца мира и их индоевропейские соответствия. *Вопросы языкознания*. 1994. № 4. С. 48-51.
320. Топорова Т.В. Об антропоцентризме древнегерманского космогонического мифа. *Логический анализ языка. Образ человека в культуре и языке*. Москва: Индрик, 1999. С. 252–261.
321. Топорова Т.В. Семантическая структура древнегерманской модели мира. Москва: Радикс, 1994. 190 с
322. Топорова Т.В. Об оппозиции “темный мир” / “светлый мир“ в древнегерманской космогонии. *Вопросы языкознания*. 1998. № 2. С. 39-48.
324. Трубачев О.Н. В поисках единства. *Русская речь*. 1990. № 2. С. 97–108.
324. Тугаринов В.П. О ценностях жизни и культуры. Ленинград: Издательство Ленинградского университета, 1960. 156с.
325. Урысон Е.В. Проблемы исследования языковой картины мира: аналогия в семантике. Москва: Языки славянской культуры, 2003. 224 с.
326. Уфимцева Н.В. Культура и проблема заимствования. *Встречи этнических культур в зеркале языка*. Москва: Наука, 2002. С. 152–170.
327. Уфимцева Н.В. Опыт экспериментального исследования развития словесного значения. *Психолингвистические проблемы семантики*: Сб. науч. ст. / отв. ред. А. А. Леонтьев, А. М. Шахнарович. Москва: Наука, 1983. С. 140-156.

328. Уфимцева Н.В. Предисловие. *Славянский ассоциативный словарь: русский, белорусский, болгарский, украинский* / Н. В. Уфимцева и др. Москва: Моск. гос. лингвист. ун-т, 2004. С. 3-9.
329. Уфимцева Н.В. Русские: еще один опыт самопознания. *Этнокультурная специфика языкового сознания*. Москва, 1996. С. 139–161.
330. Учайкина Е. Н. Концептосфера БОГАТСТВО в англосаксонской картине мира: концептуализация и категоризация: автореф. ... дисс. канд. филол. наук: 10.02.04. Владивосток, 2005. 19 с.
331. Февр Л. Бои за историю / пер. А. А. Бобовича, М. А. Бобовича и Ю. Н. Стефанова. Москва: Наука, 1991. 635 с.
332. Фесенко Т.А. Концептуальное моделирование как метод изучения ментальной реальности человека. *Когнитивная семантика*. 2000. Ч. 2. С. 149-151.
333. Флоренский П.А. Столп и утверждение истины. Москва: Правда, 1990. Т.1. Ч. I. 352 с.; Т.1. Ч. II. 447 с.
334. Форофонтова Ю.Л. Аксиологический концепт сквозь таксономическую призму (на примере концепта судьба). *Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2008. №8. С. 141-146.
335. Франкл В. Воля к смыслу. Москва: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. 368 с.
336. Фреге Г. Логика и логическая семантика: Сборник трудов. Учебное пособие для студентов вузов. Москва: Аспект Пресс, 2000. 512 с.
337. Фрумкина Р.М. Психолингвистика: учебник. Москва: Издательский центр “Академия”, 2001. 320 с.
338. Холод О.М. Особливості розвитку психолінгвістики під час її становлення (1954-2004). *Психолінгвістика в Україні: зб. наук. робіт та аналітичний огляд подій, публікацій, зустрічей, що пройшли на теренах України у 2006 р. і які пов’язані з психолінгвістикою* / гол. ред. О.М. Холод. 2007. С. 19-29.

339. Хомякова Е.Г. Англистика в миниатюрах. Диалог культур и времен. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ, 2017. 272 с.
340. Хроленко А.Т. Основы лингвокультурологии. Москва: Флинта: Наука, 2005. 184 с.
341. Цейтлин Р. М. О значениях старославянских слов с корнем -прав-. *Этимология 1978*. Москва: Наука 1980. С. 59-64.
342. Цейтлин Р. М. Сравнительная лексикология славянских языков X/XI–XIV/XV вв. Проблемы и методы. Москва: Наука, 1996. 232 с.
343. Цзян Х., Чжен Ю., Ван Ц. Размышление о соотношении концептов мораль и выгода в современной китайской философии. *Философские науки*. 2015. (1), С. 76-85.
344. Цивьян Т. В. Лингвистические основы балканской модели мира. Москва: Наука, 1987. 297 с
345. Цивьян Т. В. Модель мира и ее лингвистическая основа. Москва: КомКнига, 2006. 280 с.
346. Чабаненко В. А. Асоціація як універсальний чинник мовного розвитку. *Мовознавство*. 2005. № 3–4. С. 132-137.
347. Чекулай И.В. Функционально-деятельностный подход к изучению принципов оценочной категоризации в современном английском языке: монография. Белгород: Изд-во БелГУ, 2006. 236 с.
348. Чекулай И.В. Ценность и оценка в категориальной структуре современного английского языка: автореф. дис. ... д. филол. наук: 10.02.04. Белгород, 2006. 43 с.
349. Чекулай И.В., Прохорова О.Н. Ценностно-деятельностные метафорические модели в создании системы ценностных концептов английского языка. *Научный результат: сетевой журнал. Серия: Вопросы теоретической и прикладной лингвистики*. 2016. Т. 2, № 1(7). С. 44-47.
350. Чекулай И.В., Прохорова О.Н., Багана Ж., Куприева И.А. Принцип оценочной актуализации в современном английском языке: монография. Москва: ИНФРА-М, 2013. 160с.



351. Чередниченко А.Г. О религии древних индоевропейцев (по итогам анализа лексико-семантического поля «религия» раннего индоевропейского праязыка). *Древности*. 2014–2015. Вып. 13. С. 8-18. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drev\\_2014-2015\\_13\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drev_2014-2015_13_3)

352. Черниговская Т.В. Экспериментальная лингвистика как часть когнитивной науки. *Международная конференция, посвящённая 150-летию кафедры общего языкознания*. Санкт-Петербург, 2013. С. 104-108.

353. Черников М. В. Концепты "правда" и "истина" в русской культурной традиции. *Общественные науки и современность*. 1999. № 2. С. 164-175.

353. Черников М.В., Перевозчикова Л.С. Категории «правда» и «истина» в русской культуре. *Историческая психология и социология истории*. 2015. Том 8. № 2. С. 141-157.

354. Чернявская Е. А. Оценка и оценочность в языке и художественной прозе А.С. Пушкина: дис... канд. филол. наук: 10.02.01. Орел, 2001. 270 с.

355. Черхава О.О. Реконструкція теолінгвістичної матриці релігійно-популярного дискурсу (на матеріалі англійської, німецької та української мов): монографія. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2017. 401 с.

356. Чулкина Н.Л. Концептосфера русской повседневности как объект лингвокультурологии и лексикографии: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.01. Москва, 2005. 300с.

357. Шапошникова И. В. Системные изменения лексико-семантического кода английского языка в лингво-этническом аспекте. Иркутск: Изд-во Иркутского государственного лингвистического ун-та, 1999. 243 с.

358. Шварц Ш., Бутенко Т. П., Седова Д. С., Липатова А. С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2012. Т. 9. № 1. С. 43–70.

359. Шевченко И. С. Дискурсообразующие концепты викторианства: скромность vs ханжество. *Когниция, коммуникация, дискурс*. 2010. № 2. С. 73–84.

360. Шишкина С.А. Лингвокультурная и когнитивная репрезентация концепта “ИНТЕРЕС” в русском и английском языках: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01, 10.02.20. Тюмень, 2007. 21 с.
361. Шохин В.К. Философия ценностей и ранняя аксиологическая мысль: монография. Москва: Изд-во РУДН, 2006. 457 с.
362. Шрадер О. Индоевропейцы / пер. с нем.: Ф. И. Павлов ; под ред., со вступ. ст.: А. Л. Погодин. Москва: Едиториал УРСС, 2003. 212 с.
363. Шукуров Д. Л. Герменевтика божественного имени. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2013. № 6 (24). Ч. 1. С. 216-218.
364. Шутова М. О. Етнокультурні стереотипи в англійській та українській мовах: реконструкція і типологія: автореф. дис. ... докт. філол. наук: 10.02.17. Київ, 2016. 39 с.
365. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. Москва: КомКнига, 2007. 432 с.
366. Этнолингвистика. Ономастика. Этимология : материалы III Междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 7–11 сентября 2015 г.). Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 318 с.
367. Юм Д. Исследование о человеческом разумении. Москва: Издательская группа «Прогресс», 1995. 240с.
368. Ягафарова Л.Т. Вербализация концептосферы «Мода» в современной отечественной массовой литературе: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Елец, 2014. 20 с.
369. Яковлева Е.С. О понятии «культурная память» в применении к семантике слова. *Русский язык за рубежом*. 1996. № 2. С. 47 – 56.
370. Ярошевский М.Г. История психологии. Москва: “Мысль”, 1976. 463 с.
371. Ambrose A. A Controversy in the Logic of Mathematics. *The Philosophical Review*. 1933. 42. (6), 594–611. URL: <https://doi.org/10.2307/2180008>

372. Bartmiński J. Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu matki. *Jezyk a kultura*. 1998. № 12. P. 63 – 83.
373. Biblia Sacra Iuxta Vulgatam Versionem / Eds. R. Weber, B. Fischer, J. Gribomont H. F. D. Sparks, W. Thiele. Stuttgart: Deutsche Bibelgesellschaft, 1983. 1980 p.
374. Bruner J.S. Beyond the information given. *Studies in the Psychology of Knowing*. New York: W. W. Norton and Company Inc., 1973. 491 p.
375. Chomsky N. Bare phrase structure. Cambridge (Mass.): MIT, 1994. 48 p.
376. Clausner T.C. Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. 1999. No 10–1. P. 1–31.
377. Crystal D. *The English Language: A Guided Tour of the Language*. Penguin Books, 2002. 336 p.
378. Doidge N. *Models of Human Memory*. New York and London: Academic Press, 2013. 556 p.
379. Durand G. La notion de limite dans la morphologie religieuse et les théophanies de la culture européenne. *Eranos-Jahrbuch*, 49, 1980. P. 133-136.
380. Erikson E. H. *Identity and the Life Cycle*. New York and London: W. W. Norton and Company, 1980. 196 p.
381. Fabry J. The Noetic Unconscious. *Journal of search for meaning*. 1979. Vol. 2. No 2. P. 8–11.
382. Frankl V. On the meaning of love. *Journal of search for meaning*. 1987. Vol. 10. No 1. P. 5-8.
383. Fauconnier G. *Mental Spaces*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. 190 p.
384. Fauconnier G. *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Languages*. Cambridge, MA: MIT Press, 1994. 240 p.
385. Fauconnier G. Mental spaces: conceptual integration networks. *Cognitive linguistics: basic readings*. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 2006. P. 303-371.

386. Fauconnier G., Turner M. The way we think conceptual blending and the mind's hidden complexities. New York: Published by Basic Groups, 2002. 440 p.
387. Fillmore Ch. J. Frame semantics. *Linguistics in the Morning Calm*. 1982. P. 111–137.
388. Fishman J.A., Garcia O. Handbook of Language and Ethnic Identity. Oxford University Press, 2010. Volume I: Disciplinary and Regional Perspectives. 545 p.
389. Frankl V. On the meaning of love. The international forum for logotherapy. *Journal of search for meaning*. 1987. Vol. 10. No 1. P. 5–8.
390. Gamut L.T.F. Logic, language and meaning. Intentional logic and logical grammar. Chicago: The University of Chicago Press, 1991. Vol. 2. 349 p.
391. Goodenough W.H. Description and Comparison in Cultural Anthropology. London, New York: Cambridge University Press, 1970. 173 p.
392. Gray R.D., Atkinson Q.D. Language tree divergence times support the Anatolian theory of Indo-European origin. *Nature*. 2003. № 426. P. 435-439.
393. Harris R. Signs, Language and Communication. Routledge, 1997. 296p.
394. Hymes D. Language in Culture and Society: A Reader in Linguistics and Anthropology. Harper and Row Publishers, 1964. 764 p.
395. Kapranov Y. V. Hypothetical Versions on Antropogenesis Localization of the First Populations of the Homo. *Logos*. 2018. № 94. P. 149–158. URL: [http://www.litlogos.eu/L94/Logos\\_94\\_149\\_158\\_Kapranov.pdf](http://www.litlogos.eu/L94/Logos_94_149_158_Kapranov.pdf)
396. Korolyova A. V. Reconstruction of Early Migration Routes of Homo Populations. *Logos*. 2018. № 94. P. 159–166. URL: [http://www.litlogos.eu/L94/Logos\\_94\\_159\\_166\\_Korolyova.pdf](http://www.litlogos.eu/L94/Logos_94_159_166_Korolyova.pdf)
397. Kramsch C. Language and Culture. Oxford University Press, 1998. 132 p.
398. Krzeszowski T.P. Angels and Devils in Hell. Elements of Axiology in Semantic. Warsaw: Energeia, 1997. 298 p.
399. Labov W. Sociolinguistics Patterns (Conduct and Communication). University of Pennsylvania Press, 1991. 344 p.

400. Langacker R.W. Cognitive grammar. A basic introduction. New York: Oxford University Press, 2008. 562 p.
401. Langacker R.W. Concept, Image, and Symbol: The Cognitive Basis of Grammar. Berlin: Mouton de Gruyter, 1991. 395 p.
402. Langacker R.W. Foundations of cognitive grammar. *Theoretical prerequisites*. 1987. Vol. 1. 540 p.
403. Längle A. Personale Existenzanalyse. *Wertbegegnung. Phänomene und methodische Zugänge*. Wien: GLE-Verlag, 1993. P. 133–160.
404. Lee D. Valuing the Self. What we can learn from other Cultures. Prospect Heights, IL: Waveland Press, 1986.
405. Luzondo A., Ruiz de Mendoza, F. Argument-structure and implicational constructions in a knowledge base. *Onomazein*. 2017. № 35, 25–48. URL: <http://doi.org/10.7764/onomazein.35.04>
406. Makkay J. A Neolithic Model of Indo-European Prehistory. *The Journal of Indo-European Studies*. 1992. Vol. 20. № 3&4. P. 193-238.
407. Maslow A.H. Motivation and Personality. New York : Harpaer& Row, 1954. 334 p.
408. Menn L., Dronkers N. Psycholinguistics: Introduction and Application. Plural Publishing Inc., 2016. 552 p.
409. Neisser U. Cognition and Reality. Principles and implications of cognitive psychology. San Francisco: W.H. Freeman and Company, 1976. 230 p.
410. Newby G.B. Cognitive Space and Information Space. *Journal of the American Society for Informational Science and Technology Archive*. 2001. Vol. 52. P. 1026–1048.
411. Palmer G.B. Toward a theory of Cultural Linguistics. University of Texas Press, 1996. 348 p.
412. Perry R.B. General Theory of Value: Its Meaning and Basic Principles Construed in Terms of Interest. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1950. 702 p.

413. Perry R.B. *General Theory of Value: Its Meaning and Basic Principles Construed in Terms of Interest*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1950. 702 p.
414. Piaget J. *Studies in Reflecting Abstraction*. Hove, UK: Psychology Press, 2014. 350 p.
415. Renfrew C. *Archaeology and Language. The Puzzle of Indo-European Origins*. New York; Cambridge; Port Chester; Melbourne; Sydney, 1990. 368 p.
416. Renfrew C. The Origins of Indo-European Languages. *Scientific American*. 1989. № 10. P. 106-114.
417. Rescher N. *Value Matters: Studies in Axiology*. Frankfurt Lancaster: Ontos Verlag, 2004. 134 p.
418. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York, 1973. 438 p.
419. Rommetveit R. *Words, Meaning and Messages: Theory and Experiments in Psycholinguistics*. New York & London: Academic Press, 2014. 336 p.
420. Rosch E. Prototype classification and logical classification: The two systems. *New Trends in Cognitive Representation: Challenges to Piaget's Theory*. 1983. P. 73–86.
421. Rozina R. Cultural constructions on meaning extension: Derivational relations between actions and happenings. *Pragmatics and Flexibility of Word Meanings*. 2001. P. 245 – 271.
422. Ruiz de Mendoza F.. Conceptual complexes in cognitive modeling. *Spanish Journal of Applied Linguistics*. 2017. № 30(1). P. 297–322. URL: <https://doi.org/10.1075/resla.30.1.12rui>
423. Schwartz S. A Proposal for Measuring Value Orientations across Nations. Chapter 7. The Hebrew University of Jerusalem: URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/376a/d809f1313cb41dfcfa8bd180949c273f8c2.pdf>
424. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*. 1992. Vol. 25. P. 1–65.

425. Sherrat A.G., Sherrat S. The Archaeology of Indo-Europeans: An Alternative View. *Antiquiti*. 1988. № 62 (236). P. 584-595.
426. Sitaram K.S., Cogdell R.T. Foundations of intercultural communication. Columbus: Charles E. Merrill Publishing Company. 1976.
427. Sowińska A. A critical discourse approach to the analysis of values in political discourse: The example of freedom in President Bush's State of the Union addresses (2001–2008). *Discourse & Society*. 2013. № 24 (6). P. 1–18.
428. Stefanova N. Cognitive and ontological essence of axiological dominants and principles of their taxonomy in diachronic and synchronic review. *Advanced Education: scientific journal*. 2018. № 9. P. 225-230.
429. Stefanova N. O. Ethnosemiometric parameterisation of diachronic core of the concept TRUTH and its profiles in the British axioconceptosphere. *Innovation in Language Learning 2019*. 2019. № 12. P. 200-204. (ISSN: 2384-9509).
430. Stefanova N. Parametric categorization model of axioconceptosphere. *Odessa Linguistic Journal: research and practice journal*. 2018. Issue 11. P. 174-183.
431. Stefanova N. Psycho- and Sociolinguistic Tools for Reconstruction of Inference/Association Mechanism as Individual Cognitive Ability. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова*. 2018. Вип. 18. С. 107-120.
432. Stefanova N. Reconstruction method of the macro sign INTEREST as the value domain of axioconceptosphere // Trajectories 14-th World Congress of Semiotics. Buenos Aires, 2019. URL: <https://www.worldcongressofsemiotics2019.org/es/congreso-de-semiotica/sessions/reconstruction-method-macro-sign-interest-value-domain>
433. Steinberg D., Nagata H., Aline D. P. Psycholinguistics: Language, Mind and World. London & New York: Taylor and Francis Group, 2001. 464 p.
434. Stolovich L. The aesthetic value in the world of values. *Aesthetica et Calonologia*. Tokyo, 1988. P. 67-76.

435. Stolovich L. Value as a Phenomenon: Variants of the Phenomenological Understanding of Values. *Analecta Husserliana. The Yearbook of Phenomenological Research*. 1993. Vol. XXXIX. P. 193-203.
436. Scweder R.A. Thinking through cultures: expeditions in cultural psychology. Cambridge, Massachusetts and London, England: Harvard University Press, 1991. 393 p.
437. Shore B. Culture in Mind Cognition, Culture and the Problem of Meaning. Oxford University Press, 1996. 427 p.
438. Sweetser E. Compositionality and Blending: Semantic Composition in a Cognitively Realistic Framework. *Cognitive Linguistics: Foundations, Scope, and Methodology*. New York, 1999. P. 129–162.
439. Talmy L. Figure and Ground in Complex Sentences Text. *Universals of Human Language*. Stanford: Stanford University Press, 1978. Vol. 4. P. 627-649.
440. Taylor J. Language and the cognitive constructions of the world. Berlin: Mouton de Gruyter, 1995. 406 p.
441. Thomas W.I. On Social Organization and Social Personality. University of Chicago Press, 1966. 311 p.
442. Trudgill P. Sociolinguistics Typology. Social Determinants of Linguistic Complexity. Oxford University Press, 2011. 236 p.
443. Tucker T.G. Notes on Indo-European etymologies. Halle, 1930.
444. Wierzbicka A. Semantics, Culture and Cognition. Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations. New York, Oxford: Oxford University Press, 1992. 487 p.
445. Wolfram W., Schilling Estes N. American English. Dialects and Variation. Blackwell Publishing, 2005. 468 p.
446. Wundt W. Elements of Folk Psychology. Charlestone Sc, United States: BiblioLife. 558 p.
447. Zipf G.K. Human Behavior and the Principle of Least Effort. Cambridge: Addison-Wesley Press, 1949. 573 p.



448. Zvelebil M. Indo-European Origins and the Agricultural Transition in Europe. *Whither archaeology?* Papers in Honour of E. Neustupny. Praha, 1995. P. 173 – 203.

### СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

449. Большая советская энциклопедия. URL: <http://slovari.yandex.ru>
450. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. Санкт-Петербург: Норинт, 2000. 1536 с.
451. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови. Львів: Вища школа, вид-во при Львів. держ. ун-ті, 1979. 120 с.
452. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури: словник-довідник. Київ: Довіра, 2006. URL: [http://ukrlit.org/slovnky/zhaivoronok\\_znaky\\_ukrainskoi\\_etnokultury](http://ukrlit.org/slovnky/zhaivoronok_znaky_ukrainskoi_etnokultury)
453. Етимологічний словник української мови / гол. ред. О. С. Мельничук. Київ: Наукова думка, 1982. Т.1. 632 с.
454. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: в 2-х т. Москва: Русский язык, 2001. Т. 1. 1210 с.; Т. 2. 1084 с.
455. Исаев М.И. Словарь этнолингвистических понятий и терминов. Москва: Флинта: Наука, 2002. 564 с.
456. Йолон П. Істина. *Філософський енциклопедичний словник* / гол. ред. В.І. Шинкарук. Київ: Абрис, 2002. С. 252-253.
457. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови. Львів: БаК, 2012. 523 с.
458. Караулов Ю.Н. Русский ассоциативный словарь как новый лингвистический источник и инструмент анализа языковой способности. *Русский ассоциативный словарь*. Москва, 1994. Кн.1. 218 с.
459. Краткий словарь когнитивных терминов / за ред. Е.С. Кубряковой. Москва: МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. 245 с.
460. Кримський С. Правда. *Філософський енциклопедичний словник* / гол. ред. В.І. Шинкарук. Київ: Абрис, 2002. С. 506-507.

461. Кутуза Н.В., Ковалевська Т.Ю. Короткий асоціативний словник рекламних слоганів. Одеса: Астропринт, 2011. 80 с.
462. Левицкий В.В. Этимологический словарь германских языков. Винница: Нова Книга, 2010. Т.1. 616 с.; Т.2. 368 с.
463. Маковский М.М. Историко-этимологический словарь английского языка. Москва: Издательский дом «Диалог», 1999. 416 с.
464. Мартінек С. Український асоціативний словник: від стимулу до реакції. Український асоціативний словник: у двох томах. Львів: Вид. центр Львівського держ ун-ту ім І. Франка, 2007. Том 1. 351 с.
465. Мартінек С. Український асоціативний словник: від реакції до стимулу. Український асоціативний словник: у двох томах. Львів: Вид. центр Львівського держ ун-ту ім І. Франка, 2007. Том 2. 351 с.
466. Мюллер В.К. Англо-русский словарь. Москва.: Русский язык, 1990. 848 с.
467. Новая философская энциклопедия: в 4-х т. / под ред. В.С. Стёпина. Москва: Мысль, 2001. Т. 1. 723 с.
468. Новий тлумачний словник української мови: у 3 тт. / за ред. В. Яременко, О. Сліпушко. Київ, 2006, Т. 1. 926 с.; Т. 2. 926 с.; Т.3 862 с.
469. Осовська Т.В., Юшкевич О.О., Завадський Й.С. Економічний словник. Київ: Кондор, 2006. 356 с.
470. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. Москва: Аграф, 1997. 384 с.
471. Славянские древности: этнолингвистический словарь: в 5 т. / под ред. Н. И. Толстого. Москва: Международные отношения, 1995. Том 1. 575 с.
472. Словарь української мови: в 4-х тт. / за ред. Б. Грінченка. Київ, 1907-1909. Т. 2. 573 с.
473. Словник української мови: в 11т. / за ред. І. К. Білодіда. Київ: Наук. думка, 1970-1980. Т. 1. 799 с.; Т. 2. 550 с.; Т. 4. 840 с.; Т. 8. 927 с.; Т. 9. 916 с.

474. Тресиддер Дж. Словарь символов. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2001. 448 с.
475. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4-х т. / пер. с нем. О.Н. Трубачёва. Москва: Астрель – АСТ, 2004. Т. 1. 588 с.; Т. 2. 671 с.; Т. 3. 830 с.; Т. 4. 860 с.
476. Філософський енциклопедичний словник / гол. ред. В.І. Шинкарук. Київ: Абрис, 2002. 744 с.
477. Філософський словник соціальних термінів. Харків: «Корвін», 2002. 672 с.
478. Філософія цінностей. *Філософський енциклопедичний словник* / гол. ред В.І. Шинкарук. Київ: Абрис, 2002. С. 678 – 679.
479. Философский энциклопедический словарь. Москва: ИНФРА-М, 2001. 576 с.
480. Философия: энциклопедический словарь / под. ред. А.А. Ивина. Москва: Гардарики, 2006. 1072 с.
481. Цыганенко Г.П. Этимологический словарь русского языка: более 5000 слов. Киев: Рад. школа, 1989. 511 с.
482. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2-х т. Москва: Русский язык, 1999. Т. 1. А – Пантомима. 624 с.
483. Шапар В.Б. Психологічний тлумачний словник найсучасніших термінів. Харків: Прапор, 2009. 672 с.
484. Шапарь В.Б. Новейший психологический словарь. Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. С. 191-192.
485. Шапошников А. К. Этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. Москва: Флинта: Наука, 2010. Т. 1. 584 с.; Т.2. 576 с.
486. Шохин В. К. Аксиология. *Новая философская энциклопедия*: в 4 т. Москва: Мысль, 2010.  
<https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH0147b7e8f087b539ec51af47>

487. Шохин В. К. Ценность. *Новая философская энциклопедия*: в 4 т. Москва: МЫСЛЬ, 2010. <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH01018ece6b4d1aefc3392301>
488. Этимологический словарь славянских языков: Праслав. лекс. фонд. / под ред. О.Н. Трубачева. Москва: Наука, 1981. Вып. VIII. 252 с.
489. Яковенко Р.В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник. Кіровоград, 2015. 130 с.
490. A Short Etymological Dictionary of Modern English / ed. Eric Partridge. Routledge, 1977. 992 p.
491. An etymological dictionary of modern English / ed. E. Weekley. London: J. Murray, 1921. 868 p. URL: <https://archive.org/details/etymologicaldict00weekuoft>
492. Buck C. D. Dictionary of selected synonyms in the principal Indo-European languages. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1988. 416 p.
493. Collins COBUILD English Dictionary. London: Macmillan Press, 1998. 1008 p.
494. Collins English Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/truth>
495. Dewey J. Theory of Valuation. *International Encyclopedia of Unified Science*. Chicago: University of Chicago Press, 1939. Vol. II. № 4. 67 p.
496. Dizionario etimologico / ed. Diego Meldi. Edizione Aggiornata. Rusconi libri. Trento, 2005. 1245 p.
397. Grimm H. Sprachpsychologie: Handbuch und Lexikon der Psycholinguistik. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1981. 348 p.
498. Klein's Comprehensive Etymological Dictionary of the English Language / ed. E. Klein. Amsterdam; London; New York: ELSEVIER PUBLISHING COMPANY, 1966. 1776 p.
499. Law Dictionary and Black's Law Dictionary. URL: <https://dictionary.thelaw.com/truth/>

500. Longman Dictionary of Contemporary English. Essex: Longman Group Ltd., 1995, 1688 p.
501. Longman Dictionary of Contemporary English. URL: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/truth>
502. Longman Dictionary of the English Language and Culture. London: Pearson Education Ltd. 2005. 1620 p.
503. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. URL: <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/truth>
504. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary. UK: Merriam-Webster Inc. 1998. 1664 p.
505. Online etymology dictionary. URL: <https://www.etymonline.com/>
506. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford University Press, 2000. 1540 p.
507. Pokorny J. Indogermanisches etymologisches Wörterbuch. Bd. I. Auflage 5. Tübingen; Basel: Francke Verlag, 2005. 1183 s.; Bd. II. Auflage 5. Tübingen; Basel: Francke Verlag, 2005. 495 s.
508. Proto-Indo-European etymological dictionary of the languages. A Revised Edition of J. Pokorny's Indogermanisches Etymologisches Wörterbuch. Dnghu Association, 2007. 3441 p.
509. The Barnhart Concise Dictionary of Etymology / ed. Robert K. Barnhart. New York: Harper Resource, 1995. 916 p.
510. Wahring G. Deutsches Wörterbuch mit einem Lexikon der deutschen Sprachlehre. Gütersloh – München: Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH, 1991. 1493 S.
511. Webster's Third New International Dictionary of the English Language, unabridged. Merriam-Webster, Inc, 2002. 2808 p.
512. Williams R. Keywords: a vocabulary of culture and society / R. Williams. – Oxford: Oxford University Press, 1976. 321 p.

**Когнітивно-матричні зв'язки індоєвропейських, прагерманських/праслов'янських першозначень  
та їх рефлексів у давньоанглійській та староукраїнській мовах**

Концепт	Індоєвропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
<b>TRUTH</b>	<p><b>*deru-</b> <b>*dreu-</b> 1) “бути твердим, стійким” 2) “гармонія, порядок” <b>*drew-o</b> <b>*tris</b> 1) триєдність: символічн. Верх-Небо, стовбур/стрижень, низ –Земля/коріння (Отець, Син, Святий Дух)</p>	<p><b>*treuwaz</b> 1) “ті, що мають стійку непохитну віру” 2) “стійкий, сильний, твердий” 3) “такий, що заслуговує на довіру” 4) “непохитний у вірі” 5) “справжній, істинний”</p>		<p><b>teors</b> 1) “чистий, правдивий” (“чистота, чесність, істина”) <b>triewe</b> <b>treowe</b> 1) “вірний, надійний, чесний до друзів” 2) “стійкий у дотриманні обіцянок” 3) “істина, правда, правдивість” <b>trōwian</b> 1) “віра, довіра” <b>treowian</b> 1) “вірити, довіряти” <b>drisn</b> 1) “волосся, стрижень”</p>		

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
<b>TRUST</b>		<b>*traustam</b> 1) “довіра”				
<b>BELIEF</b>	<b>*galaub-</b> 1) “дорогий, шановний”  <b>*leubh-</b> 1) “піклуватися, бажати, любити”	<b>*ga-laubnon</b> 1) “шанувати, довіряти” (для зах.-герм.)		<b>geleafa</b> 1)“віра, довіра”		
<b>FAITH</b>	<b>*bheidh-</b> 1) “вірити, довіряти, переконувати”					<b>fidere</b> 1)“вірити, довіряти” <b>fides</b> 1) “довіра, віра, впевненість” – запозичене у сер.-англ. зі значенням “клятва”
<b>GOOD</b>	<b>*ghedh-</b> 1) “об’єднувати, бути об’єднаним” 2) “зв’язувати(-ся)” 3) “викликати, благодати”	<b>*goda</b> 1) “відповідний, гідний, придатний”	<b>*godъ</b> 1) “вдали час”, 2) “доба”, 3) “час”, 4) “випадок, привід, подія”	<b>gædeling</b> 1) “друг, приятель” <b>(ge)gada</b> 1)“друг, чоловік” <b>geador, to gædere</b> 1)“разом” <b>gadrīan, gæd(e)rīan</b> 1)“збиратись” <b>gōd</b> 1) “відмінний, цінний”,		

Концепт	Індоєвропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
<b>GOOD</b>				<b>gædeling</b> 1) “друг, приятель” <b>(ge)gada</b> 1) “друг, чоловік” <b>geador, to gædere</b> 1) “разом” <b>gadrian,</b> <b>gæd(e)rian</b> 1) “збиратись” <b>gōd</b> 1) “відмінний, цінний”, 2) “бажаний, сприятливий, вигідний”, 3) “повний, цілий, завершений”, 4) “благодійний, ефективний”, 5) “праведний, благочестивий, добродійний” 6) “те, що є добрим, хороша річ” 7) “благість”, 8) “перевага, користь”, 9) “дар”, 10) “чеснота”, 11) “власність” 12) “вища істота, божество”,		



Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
<b>GOOD</b>	<p><b>*gheu(e)-</b> 1) “викликати, благати” 2) “жертвна тварина, принесена божеству”</p> <p><b>*ghu-to</b> <b>*ghut-</b> 1) “те, що викликається”, 2) “той, кого викликають у ритуалі для здійснення чуда, дива”</p>	<p><b>*guthan</b> 1) “викликати Бога” 2) “вище божество</p> <p><b>*guota</b> 1) “Бог”</p>		<p>13) “християнський Бог”, 14) “подібність Бога”, 15) “Богopodobна (божественна) людина”, 16) “милосердна людина”</p> <p><b>ge-sæ</b> 1) “власність, багатство, добробут, щастя”</p> <p><b>gestreon, gaersum</b> 1) “багатство, скарби</p>		
<b>BEAUTY</b>	<p><b>*däu-/*dau-/*du-</b> 1) “горіти”, 2) “палити”, 3) “виблискувати, сяяти”, 4) “милий”, 5) “гарний / красивий”</p> <p><b>*dei-1/*dei-8/*dl-/*diä</b> 1) “виблискувати, сяяти”</p>	<p><b>*taujan</b> 1) “робити, 2) “бути могутнім”</p>	<p><b>getaway</b> 1) “знаряддя, приладдя/начиння, інструмент”</p>	<p><b>æl-tawe</b> 1) “разом, цілком”, 2) “здоровий, міцний, гарний”</p>		<p>д. лат. <b>duenos</b>, кл. лат. <b>bonus</b> 1) “гарний” 2) “милий” 3) “привабливий” 4) “хороший” <b>beö, -are</b> 1) “благословляти, збагачувати, робити щасливим” <b>beatus</b> 1) “благословенний, удачливий”</p>

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
<b>BEAUTY</b>	<p><b>*der-/*dera-/*dre-</b> 1) “різати“</p> <p><b>*deu-2 (dou-, du-)</b> 1) “робити, виконувати”, 2) “демонструвати підтримку, поважати”, 3) “поклонятися, шанувати” 4) “могутній, потужний” 5) “шанування, поклоніння, могутній”</p> <p><b>*dw-en-elo</b> 1) “робити, виконувати” 2) “демонструвати підтримку, поважати”</p> <p><b>*deu- /doϥ-</b> 1) “рухатися вперед, просуватися”, 2) “поважати, надавати повагу”, 3) “шанувати (священнодіяти)”</p> <p><b>*deiwo-</b> 1) “денне сяюче небо” 2) “небесний” 3) “Бог”</p>	<p><b>*taw-/*tōw-/tæw-</b> 1) “робити, виконувати”</p> <p><b>*taubr-</b> 1) “чари, чаклунство”</p> <p><b>*wlit-/wlait-/wlit-</b> 1) “спостерігати, виглядати, дивитися”</p>		<p><b>wlite</b> 1) “краса, зовнішність, образ, форма”</p> <p><b>wuldor</b> 1) “слава”</p>		<p><b>bellus</b> 1) “милий, красивий, чарівний, привабливий”</p>

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
<b>BENEFIT</b>	4) “Володар Дня (уявлення про день)”  <b>*dhe-</b> 1) “ставити, класти”, 2) “робити”, 3) “виконувати”, 4) “шанувати, вклонятися”					<b>benefactum</b> 1) “добрий вчинок, благо чинність” <b>benefacere</b> 1) “благочинність” <b>bonus</b> 1) “хороший” <b>bellus</b> 1) “красивий, привабливий, милий” <b>beatus</b> 1) “благословенний” <b>beare</b> 1) “благословляти” 2) “збагачувати, робити щасливим”
<b>ІСТИНА</b>	<b>*st-</b> 1) “те, що є стабільним”, 2) “те, що відповідає дійсності”, 3) “щось справжнє” <b>*ues-</b> 1) “бути”,		<b>*sъt</b> 1) “стояти, стати” <b>*is-to</b> 1) “справжній, щирий”, 2) “цей, той”		<b>исть, истовь, ість, истина</b> 1) “справжній, дійсний, істинний” <b>быти</b> 1) “існувати / бути наявним”	

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
<b>ВІРА</b>	2) “твердість, міцність”, 3) “прямосяння (стовбур)”  <b>*bhu-</b> 1) “тягнутися вгору”  <b>*uer-</b> 1) “говорити” <b>*uega-</b> 1) “віра” <b>*ueros-</b> 1) “істинний (істина)”		<b>věra</b> < <b>*vēra</b> 1) “вірити”, “віра”		<b>ВЪРа</b> 1) “вірити”, “віра”	<b>verum</b> 1) “правда, істина”  <b>vērus</b> 1) “дійсний, справжній, істинний”
<b>ПРАВДА</b>			<b>*prav-</b> 1) “прямий – який не відхиляється вбік” 2) “правильний”, 3) “правий”		<b>правѣда</b> 1) “положення”, 2) “закон”, 3) “судова справа”	
<b>ДОБРО</b>	<b>*dhabh- / dhābh-</b> 1) “відповідати (вимогам, порядкам, нормам)”,		<b>*dobrъ</b> 1) “відповідний, підходящий, корисний”, 2) “бадьорий”			

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
	2) “бути гідним, зручним, придатним”		<p><b>*dobъrъ(jь)</b></p> <p>1) “добрий, благий”,</p> <p>2) “добрий (про людину)”,</p> <p>3) “хороший, доброякісний”,</p> <p>4) “вправний”,</p> <p>5) “смачний”,</p> <p>6) “сприятливий (про час)”,</p> <p>7) “неабияких розмірів, великий”,</p> <p>8) “пора, час”</p> <p><b>*dobro</b></p> <p>1) “добро, благо (морально-етичний зміст)”</p> <p><b>*dobrěti</b></p> <p>1) “ставати добрим, добрішати”</p> <p>2) “дозрівати, досягати”</p> <p><b>*dobriti</b></p> <p>1) “удобрювати, покращувати”,</p> <p>2) “добре відзиватися”,</p> <p>3) “задобрювати”,</p> <p>4) “догоджати”</p> <p><b>*dobrina</b></p> <p>1) “доброта, благо”,</p> <p>2) “користь”</p>		<p><b>добръ</b></p> <p>1) “добрий, хороший, прекрасний”</p> <p>ц.-сл. <b>добрый</b></p> <p>1) “хороший, доброякісний”,</p> <p>2) “благий”,</p> <p>3) “добрий (про моральні якості)”,</p> <p>4) “знатний, поважний”</p> <p>ц.-сл. <b>добрити</b></p> <p>1) “удобрювати, покращувати”,</p> <p>2) “добре відзиватися”,</p> <p>3) “задобрювати”,</p> <p>4) “догоджати”</p>	

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
ДОБРО	<p><b>*ghedh-</b> 1) “об’єднувати, бути об’єднаним”, 2) “зв’язувати (-ся)”, 3) “викликати, благати”</p> <p><b>*bhag-</b> 1) “удача, процвітання”</p>		<p><b>*dobrodějъ</b> 1) “людина, яка робить добре” <b>*dobrość</b> 1) “доброта, доброчесність” <b>*dobrota</b> 1) “доброчесність, доброта”, 2) “красота” <b>*dobrotьmь(jь)</b> 1) “добрий” 2) “міцний, твердий, надійний” <b>*dobryni</b> 1) “доброчесність, блаженство”</p> <p><b>*bogъ</b> 1) “Бог” <b>*bogaty</b> 1) “багатий (під захистом і опікою богів)” <b>*sъbožje</b> 1) “щастя, багатство</p>		<p><b>добродѣи</b> 1) “людина, яка робить добре” <b>добрость</b> 1) “доброта, доброчесність”, ц.-сл. <b>добрость</b> доброчесність <b>доброта</b> 1) “доброчесність, доброта”, 2) “красота” ц.-сл. <b>доброта</b> 1) красаота 2) добре ставлення ц.-сл. <b>добротьньи</b> 1) “добрий” 2) “міцний, твердий, надійний” ц.-сл. <b>добрыни</b> 1) “доброчесність, блаженство” <b>Богъ</b> 1) “одна з вищих неземних сутностей, що стоїть над світом” 2) “Вища сила, верховна сутність</p>	

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
<b>КРАСА</b>	<p><b>*krot-s,</b> <b>*kross,</b> <b>*krass,</b> 1) “творити”, 2) “блиск вогню”, 3) “слава”, 4) “піч”, 5) “тіло”, 6) “крутити”</p> <p><b>*tuer-/ *tuor-/ *tuer-</b> 1) “захоплювати, огороджувати” <b>*del-3</b> 1) форма</p>		<p><b>*kresati</b> 1) “створювати, творити”, 2) “кресати”, 3) “ударяти, сікти, висікати” <b>*krasa</b> 1) “колір життя”, 2) “червоний колір, рум'янець обличчя”, 3) “цвітіння ” 4) “краса”, <b>*tvorgъ</b> 1) “творіння” 2) “вид, зовнішній вигляд, обличчя” <b>*tvargъ</b> 1) “творіння, створіння” <b>*tverti / *tvьrti</b> 1) “надавати форму”</p>		<p><b>краса</b> 1) “краса”, 2) “прикраса”</p>	<p><b>creb, creare</b> 1) “створювати, творити, викликати до життя” <b>creſcō</b> 1) “рости, збільшуватися”</p>
<b>КОРИСТЬ</b>	<p><b>*(s)ker-/*(s)kera- /*(s)kre-</b> 1) “різати, відтиняти відділяти”, 2) “дряпати”</p>		<p><b>*koristъ/*koristъ *korystъ</b> 1) “здобич”, 2) “зиск, прибуток, вигода”, 3) “нажива”,</p>		<p>ст.-сл., ц.-сл. <b>користъ</b> 1) “здобич, трофей”, 2) “користъ”</p>	

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	Давньоанглійська форма / значення	Старослов'янська форма/ значення	Латинська форма
	<p><b>*(s)kerbh-</b> 1) “бути гострим”</p> <p><b>*skerdh-</b> 1) “різати, колоти, протикати”</p> <p><b>*(s)kerp-</b> 1) “відрізати, обскубувати”</p> <p><b>*(s)kers-</b> 1) “дряпати, чесати, кроїти”</p> <p><b>*skert-</b> 1) “розрізати (на шматки)”</p> <p><b>*(s)kerb-</b> 1) “дряпати, шкребти”</p> <p><b>*(s)kreibh-</b> 1) “дряпати, скребти, вирізати, подрізати”</p> <p><b>*ker-/ *kor-</b> 1) “те, що зрізається”, 2) “різати, рубати”</p> <p><b>*(s)korati-</b> 1) “досягати наміченої цілі”</p>		<p>4) “заздрість”, 5) “захоплення”</p> <p><b>*koristati/*koristiti</b> 1) “захопити, здобути”</p> <p><b>*ristati</b> 1) гнати, ганятися 2) захоплювати</p> <p><b>*kora</b> 1) кора</p>			



Фономорфологічні і семантичні переходи реконструйованих і.-с. \*d-\*t, \*g, \*b коренів  
в іменах аксіоконцептів

Концепт	Індоевропейська форма / значення	Прагерманська форма / значення	Праслов'янська форма/ значення	
TRUTH	*deru-	*treuwaz 1) "ті, що мають стійку непохитну віру" 2) "стійкий, сильний, твердий" 3) "такий, що заслуговує на довіру" 4) "непохитний у вірі" 5) "справжній, істинний"	*tvorgъ 1) "творіння" 2) "вид, зовнішній вигляд, обличчя"	
TRUST	*dreu- 1) "бути твердим, стійким" 2) "гармонія, порядок"			
BELIEF	*drew-o			
FAITH	*tris триєдність			
GOOD/ ДОБРО	*däu-/*dau-/*du- 1) "милий", 2) "гарний / красивий"			
BEAUTY/ КРАСА	*der-/*dera-/*dre- 1) "різати"			
BENEFIT	*deu-2 (dou-, du-) 1) "робити, виконувати", 2) "демонструвати підтримку, поважати", 3) "шанування, поклоніння, могутній"			*traustam 1) "довіра"
	*dw-en-elo 1) "робити, виконувати" 2) "демонструвати підтримку, поважати"			*taujan 1) "робити, 2) "бути могутнім"
	*deu- /doṡ- 1) "поважати, надавати повагу", 2) "шанувати (священнодіяти)"			*taw-/*tōw-/tæw- 1) "робити, виконувати"
	*deiuo- 1) "денне сяюче небо" 2) "Бог"			*taubr- 1) "чари, чаклунство"
	*dhe- 1) "робити", 2) "шанувати, вклонятися"			
	*del-3 1) форма			
	*dhabh- / dhābh-/* dhabro- 1) "відповідати (вимогам, порядкам, нормам)", 2) "бути гідним, зручним, придатним"			
	*tuer-/*tuor-/*tuer- 1) "захоплювати, огороджувати"			
TRUTH	*galaub- 1) "дорогий, шановний"	ga-laubnon 1) "шанувати, довіряти"	*godъ 1) "вдалий час", 2) "доба", 3) "час", 4) "випадок, привід, подія"	
TRUST	*ghedh- 1) "об'єднувати, бути об'єднаним" 2) "зв'язувати(-ся)" 3) "викликати, благати"	*goda 1) "відповідний, гідний, придатний"		
BELIEF	*gheu(e)- 1) "викликати, благати"	*guthan 1) "викликати дух Бога" 2) "вищий Бог"		
FAITH	*ghu-to	*guota 1) "Бог"		
GOOD/ ДОБРО	*ghut- 1) "те, що викликається", 2) "той, кого викликають у ритуалі для здійснення чуда, дива"			

<b>FAITH</b>	<b>*bheidh-</b> 1) “вірити, довіряти, переконувати”		
<b>ИСТИНА</b>	<b>*bhu-</b> 1) “тягнутися вгору”		
<b>ДОБРО</b>	<b>*bhag-</b> 1) “удача, процвітання”		

## АНКЕТА

**Associative ideas of the British about categorial and value domains  
in their correlation with axioconcepts**

Would you be so kind to complete the form and provide the following data

\* Required

## 1. Age\*

*only one*

Mark oval.

17-23

24-30

31-39

40-49

50 +

## 2. Sex \*

Mark only one oval.

Female

Male

Prefer not to say

## 3. Birthplace \*

Mark only one oval.

United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland

Other

## 4. Nationality \*

Mark only one oval.

English

Other

## 5. Native Language

English

Other

## 6. What language do you mostly speak?

English

Other

## 7. Education

Secondary school

Bachelor (Bachelor of Arts, B.A) or Bachelor of Science

(B.S./B.Sc.)

Master (Master of Arts, M.A.) or Master of Science (M.S./M.Sc.)

PhD

8. Profession (Specialty, Type of Activity)

9. Write, please, how you understand the following concepts 'INTEREST', "MEANING", "ORDER", "RESULT" (in terms of values); which interests/needs are important for you and which are dominant (the first, the second priorities etc.) that bring you harmony in life and are beneficial and resultative for you.

INTEREST/NEEDS for me are

\_\_\_\_\_

The MEANING of these INTEREST/NEEDS for me is

\_\_\_\_\_

The ORDER (priority) of MEANING of these INTEREST/NEEDS for me is

\_\_\_\_\_

The RESULT of these INTEREST/NEEDS depending on the ORDER of MEANING is  
(What I will get...)

10. Make up priority list of the values mentioned below according to their IMPORTANCE for you

	Column 1	Column 2	Column 3	Column 4
TRUTH	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GOOD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BEAUTY	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BENEFIT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Identify which of the following ten motivationally based major value categories belong to one of the 3 universal human needs/interests: vital, social or individual. If you think, that 2 or all 3 categories apply, mark all of them

POWER

- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

ACHIEVEMENT/SUCCESS

- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

PLEASURE/HEDONISM

- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

STIMULUS

- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER
- INDEPENDENCE/FREEDOM
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER
- UNDERSTANDING/APPRECIATION
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

- GOOD NATURE
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

- TRADITION
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

- CONFORMITY/COMPLIANCE with RULES
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

- SECURITY (Family Security, legal Security, National Security)
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

12. Mark, please, which of the four value concepts are associated with the vital, social or individual needs/interests of a person. If you think two or all three categories apply, mark two or all of them

- TRUTH
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

- GOOD
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

- BEAUTY
- VITAL
- SOCIAL

- INDIVIDUAL
- OTHER
- BENEFIT
- VITAL
- SOCIAL
- INDIVIDUAL
- OTHER

13. Please, give binary (opposite) pairs for each of the four value concepts

TRUTH \_\_\_\_\_  
 GOOD \_\_\_\_\_  
 BEAUTY \_\_\_\_\_  
 BENEFIT \_\_\_\_\_

14. List out anti-concepts to the ordinary opposite pairs mentioned above and, accordingly, anti-values

\_\_\_\_\_

15. Please, give synonyms to the following values

TRUTH  
 \_\_\_\_\_

GOOD  
 \_\_\_\_\_

BEAUTY  
 \_\_\_\_\_

BENEFIT  
 \_\_\_\_\_

16. Tick off the value concepts mentioned below that reflect the British national character to a greater extent. There may be more than one answer

- TRUTH
- 
- GOOD
- 
- BEAUTY
- 
- BENEFIT

17. You can add any comments on the topic of the questionnaire \_\_\_\_\_

## Анкета

**Асоціативні уявлення українців про базові категоріально-ціннісні домени  
в їх співвідношенні з аксіоконцептами**

Заповніть, будь ласка, анкету та надайте такі відомості (питання не передбачають обов'язкової відповіді)

## 1. Ваш вік\*

- 17-23  
 24-30  
 31-39  
 40-49  
 50 і більше

## 2. Стать \*

- Жіноча  
 Чоловіча  
 Інше: \_\_\_\_\_

## 3. Місце народження \*

- Україна  
 Інше: \_\_\_\_\_

## 4. Національність \*

- Українець/українка  
 Інше: \_\_\_\_\_

## 5. Рідна мова

- Українська  
 Інше: \_\_\_\_\_

## 6. Якою мовою Ви переважно спілкуєтесь?

- Українська  
 Інше: \_\_\_\_\_

## 7. Освіта

- Середня  
 Базова вища (бакалавр)  
 Вища (магістр)  
 Вчений ступінь (PhD, кандидат або доктор наук)

Інше: \_\_\_\_\_

8. Професія (спеціальність, фах)

\_\_\_\_\_

9. Напишіть, будь ласка, що особисто для Вас означають такі поняття, як "ІНТЕРЕС", "ЗНАЧЕННЯ", "ПОРЯДОК", "РЕЗУЛЬТАТ" (у плані цінностей); які потреби/інтереси є для Вас значимими і які є домінантами першочергового значення (першого порядку, другорядні та ін.), що забезпечують Вашу гармонію у житті та приносять Вам результат/користь:

ІНТЕРЕС/ПОТРЕБИ для мене – це

\_\_\_\_\_

ЗНАЧЕННЯ цих ПОТРЕБ для мене – це

\_\_\_\_\_

ПОРЯДОК ЗНАЧИМОСТІ цих ПОТРЕБ для мене – (у першу чергу значимим для мене є ..)

\_\_\_\_\_

РЕЗУЛЬТАТ цих ІНТЕРЕСІВ залежно від ПОРЯДКУ ЗНАЧИМОСТІ для мене – ... (яку користь для Вас особисто приносить цей інтерес?)

\_\_\_\_\_

10. Позначте, будь ласка, цифрами (1,2,3,4) ПОРЯДОК значимості для Вас наведених нижче базових ціннісних концептів

	Колонка 1	Колонка 2	Колонка 3	Колонка 4
ІСТИНА	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ДОБРО	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
КРАСА	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
КОРИСТЬ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Позначте, будь ласка, які з наведених нижче десятих мотиваційно пов'язаних основних категорій цінностей належать до однієї/одного з трьох універсальних потреб/інтересів людини: біологічних/вітальних, соціальних чи індивідуальних. Якщо, на Вашу думку, мають місце дві чи всі три категорії, позначте декілька.

ВЛАДА

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

ДОСЯГНЕННЯ /УСПІХ

- вітальні
- соціальні



- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

#### ГЕДОНІЗМ/ЗАДОВОЛЕННЯ

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

#### СТИМУЛЯЦІЯ

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

#### САМОСТІЙНІСТЬ/СВОБОДА

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

#### ВЗАЄМОПОРОЗУМІННЯ

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

#### ДОБРОЗИЧЛИВІСТЬ

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

#### ТРАДИЦІЯ

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

#### ДОТРИМАННЯ НОРМ і ПРАВИЛ

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

#### БЕЗПЕКА (СІМЕЙНА, ПРАВОВА, НАЦІОНАЛЬНА тощо)

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

12. Позначте, будь ласка, які з наведених чотирьох базових ціннісних концептів пов'язані з біологічними/вітальними, соціальними чи індивідуальними потребами/інтересами людини. Якщо, на Вашу думку, мають місце дві чи всі три категорії, позначте декілька

ІСТИНА

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

ДОБРО

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

КРАСА

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

КОРИСТЬ

- вітальні
- соціальні
- індивідуальні
- Інше: \_\_\_\_\_

13. Наведіть, будь ласка, бінарні (протилежні) пари для кожного із чотирьох базових ціннісних концептів

ІСТИНА

\_\_\_\_\_

ДОБРО

\_\_\_\_\_

КРАСА

\_\_\_\_\_

КОРИСТЬ (у значенні сприятливості для людини)

\_\_\_\_\_

14. Перерахуйте, які з наведених Вами бінарних протилежних пар є антиконцептами і, відповідно, антицінностями

\_\_\_\_\_

15. Продовжіть, будь ласка, синонімічний ряд імен базових ціннісних концептів

ІСТИНА

\_\_\_\_\_

ДОБРО

---

КРАСА

---

КОРИСТЬ

---

16. Які з наведених базових ціннісних концептів більшою мірою відображають риси національного характеру українців? Відповідей може бути декілька.

ІСТИНА

ДОБРО

КРАСА

КОРИСТЬ

17. Можете додати будь-які коментарі щодо тематики анкети \_\_\_\_\_

**Соціально-демографічні характеристики британських і українських респондентів,  
які взяли участь в вільному асоціативному експерименті**

Респонденти	Вікові категорії (%)					Стать (%)	
	17-23	24-30	31-39	40-49	50+	Ж	Ч
Британці	28,6	14,3	14,3	28,6	14,3	42,9	57,1
Українці	72,7	10	10	5,5	1,8	87,3	12,7

Респонденти	Місце народження (%)				Національність (%)					Рідна мова (%)					Всього (кіль-ть)			
	В.Бр.	Укр.	Рос.	Ін.	Брит.	Укр.	Рос.	Гром.св	Інше	Анг.м	Укр.м	Рос.м	Біл.	Інше				
Британці	57,1	-	-	42,9	57,1	-	-	-	42,9	85,7	-	-	-	14,3	105			
Українці	-	98,2	0,9	0,9	-	97,3	1,8	0,9	-	-	88,1	9,2	0,9	1,8	110			
	Мова спілкування (%)					Освіта (%)				Професія (%)								
	Анг.м	Укр.м	Рос.м	Біл.	Сур.	Сер.осв	Бак.	Маг.	Наук.ст	ФП	ДГ	Дипл	ГГ	Куль.т	Пром	СТ/Р	Студ.	
Британці	100	-	-	-	-	14,3	57,1	28,6	-	42,9	21,4	7,1	-	-	-	-	28,6	105
Українці	-	52	42	2,7	3	17,3	48,2	27,3	6,4	-	-	-	76,1	1,4	2,8	9,6	10,1	110

## Скорочення:

В. Бр.- Велика Британія

Гром. св. – громадянин світу

Біл. – білінгвісти

Сур. – суржик

ФП – сфера фінансів і продаж

ДГ – дослідницька галузь

ГГ – гуманітарна галузь

Кул. – галузь культури

Пром. – галузь промисловості

СТ/Р – галузь сучасних технологій і реклами