

ФРАГМЕНТ КАРТИНИ СВІТУ УКРАЇНЦЯ (ЕКОНОМІЧНА ЛЕКСИКА)

Ідеї та принципи семантичного аналізу мови, об'єднані під загальною назвою дослідження семантичного поля, виникали й складались поступово. Вони почали розвиватися з кінця ХІХ – початку ХХ ст. Головні ідеї та принципи висвітлено в працях відомих учених: О. Потебні, М. Покровського, Р. Мейера.

У сучасному мовознавстві семантичне поле визначене як сукупність мовних (головним чином лексичних) одиниць, об'єднаних спільністю змісту (деколи також спільністю формальних показників) і відображають понятійну, предметну або функціональну подібність позначуваних явищ.

Так, до семантичних полів стимулів економічної сфери належать реакції, які мають спільний зміст (спільний компонент значення), пов'язані однією темою й відображають понятійну подібність описуваних явищ. Так, семантичне поле стимулу ПОДАТКИ склали реакції: *виплати* – 2, *внески*, *гроші* – 170, *данина*, *держжава* – 17, *доходи*, *забирають гроші*, *заробітна плата* – 3, *збирати*, *збір* – 88, *збір грошей* – 2, *здирництво* – 3, *кошти* – 2, *обов'язковість*, *обов'язок*, *плата* – 53, *плата в державу*, *платежі* – 54, *платежі обов'язкові* – 6, *платити* – 11.

Семантичне поле стимулу БІЗНЕСМЕН: *багата людина* – 61, *багатий* – 18, *багатий чоловік* – 12, *багатій* – 24, *багато грошей* – 86, *багатство*, *багач* – 13, *бізнес* – 33, *бізнесмен*, *бізнесмени*, *бізнесмену*, *власник* – 3, *гроші* – 34, *ділова людина* – 3, *ділові люди*, *забезпечена людина*, *зайнята людина*, *зайнятий*, *зайняті люди*, *заможній*, *людина* – 45.

Семантичне поле стимулу МОНОПОЛІЯ: *власність* – 32, *верховенство*, *власність однієї людини*, *володіння* – 2, *володію сам*, *вплив*, *встановлення цін* – 57, *встановлення ціни* – 19, *диктатура*, *єдиновласник*, *мегаприбуток*, *монополіст* – 19.

Семантичне поле ми розглядаємо як групу всіх значень слів, які притаманні йому в тому чи тому контексті, включаючи синоніми та антоніми.

Традиційно дослідження лексики в аспекті польової організації здійснюється за двома напрямками: ономасіологічним (від поняття) та семасіологічним (від слова). Лексика економічної сфери викликає в реципієнтів асоціації, які мають різну питому вагу в асоціативному полі. Закономірно для застосованого виду експерименту найчастотнішими стали прості вербальні асоціації парадигматичного, синтагматичного, тематичного типів.

Вербальні складені та невербальні асоціації складають значну частину асоціативного поля, є значущими для формування асоціативного значення.

Комплексні реакції (комбінації з вербальних та невербальних)

відображають специфіку сприйняття носіями української мови понять економічної сфери.

Концептуальна картина світу більш динамічна, ніж мовна. Зміна уявлень про реалії насамперед відображається в ядерних реакціях асоціативного поля, лише згодом відбиваючись у лексичному значенні. Лексикографічна фіксація лексичного значення об'єктивно уповільнює процес змін у мовній картині світу.