

Privatleben. Viele Ukrainer sind sehr offenherzig mit der Leitung der Firma über ihr Privatleben. Wenn eine ukrainische Angestellte Sie um die Hilfe bittet (z. B. Gehaltserhöhung), lehnen Sie diese Bitte nicht ab, sondern versuchen Sie die Lösung zusammen zu erarbeiten [3].

Bürokratie abbauen. Es ist empfehlenswert, Dokumentation zu vereinfachen, um die Nachlässigkeit auf dem Job zu vermeiden.

Abschließend kann man sagen, dass sich in den letzten 20 Jahren in der Ukraine ein dramatischer Wandel im Verständnis des Unternehmertums und der Marktbeziehungen im Allgemeinen vollzogen hat. Dies wiederum hat dazu beigetragen, dass sich die Kultur von Geschäftsbeziehungen verändert. Insbesondere durch die Überschwemmung des ukrainischen Marktes mit internationalen Waren, Dienstleistungen und Unternehmen hat sich die Einstellung zum interkulturellen Geschäft dramatisch verändert. Ausländische Partner sollten daher beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen in der Ukraine oder bei der Zusammenarbeit mit Ukrainern besonders auf die lokale Geschäftskultur achten und die oben genannten Ratschläge befolgen.

Literaturverzeichnis

1. Doing Business Index. Ukraine. Quelle, URL: <https://www.doingbusiness.org/>.
2. Business Practices in Ukraine, URL: <https://www.nordeatrade.com/en/explore-new-market/ukraine/opening-hours>.
3. Ukraine: Interkulturelle Berater betreuen deutsche Unternehmer, URL: <https://www.dw.com/de/ukraine-interkulturelle-berater-betreuen-deutsche-unternehmer/a-2139240>.

Руда Є.

магістрантка Київського національного лінгвістичного університету

УСПІШНА ЖІНКА У СПРИЙНЯТТІ УКРАЇНЦІВ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ)

Анотація. У роботі подано результати психолінгвістичного аналізу асоціативного поля стимулу **УСПІШНА ЖІНКА**, які репрезентують особливості уявлень сучасних українців про неї. Пізнання структури асоціативного поля стимулу сприяє виявленню найбільш значущих рис, що є базовими у формуванні даного образу у мовній свідомості. Знання й урахування особливостей мовної свідомості представників українського етносу є важливими для ведення успішної міжкультурної комунікації.

Ключові слова: асоціативне поле, асоціативний експеримент, міжкультурна комунікація, мовна свідомість.

Abstract. The article deals with psycholinguistic analyses of associative fields of the stimulus **SUCCESSFUL WOMAN**, which represent the peculiarities of modern Ukrainians' submissions about her. Cognition of the structure of the associative stimulus field helps to identify the most significant features that are basic in the formation of this image in the language consciousness. Knowledge and consideration of the specificities of linguistic consciousness of the representatives of the Ukrainian ethnic group are important for successful cross-cultural communication.

Key words: associative field, associative experiment, cross-cultural communication, linguistic consciousness.

В умовах конкурентної економіки в суспільстві успіх ведення справ залежить від особистостей партнерів, їх комунікативної поведінки, глибини знань у певній галузі тощо. Для успішної комунікації, у тому числі й міжкультурної, важливою залишається проблема сприйняття і розуміння партнера в комунікації. Образ партнера зазвичай формується на основі стереотипів, «спрощених ментальних репрезентацій різних категорій людей, що перебільшують моменти схожості між ними та ігнорують відмінності» [3, с. 236].

Вивчення сприйняття жінки як ділового партнера різними національно-мовними спільнотами потребує особливої уваги, оскільки жінка в наш час наполегливо долає гендерні, етнічні, расові стереотипи і досягає успіху в бізнесі, політиці, інших сферах, засвідчуючи тим самим певні ціннісні орієнтири.

Для виявлення образу успішної жінки в мовній свідомості українських респондентів було залучено психолінгвістичні методи дослідження, зокрема вільний асоціативний експеримент, який використовується не лише в психолінгвістиці, а й у комунікативній лінгвістиці, яка залучає міждисциплінарні зв'язки, методи, що засвідчує «значне зростання її ролі в дослідженні проблеми функціонування суспільства, пізнанні сутності людини як «істоти, що говорить» [1, с. 24–25], що зумовлює актуальність дослідження.

Метою роботи є психолінгвістичний аналіз асоціативного поля стимулу УСПІШНА ЖІНКА, сформованого внаслідок проведення вільного асоціативного експерименту, для виявлення особливостей образів мовної свідомості українських респондентів.

Матеріал дослідження отримано шляхом анкетування, проведеного в січні-березні 2020 року. У цьому експерименті взяли участь 72 інформанти: 28 чоловіків та 44 жінки віком від 18 до 28 років. Рідною мовою їх є українська, місце проживання — Львівська, Житомирська та Київська області. Загалом отримано 72 реакції на цей стимул.

Аналіз асоціативного поля здійснено шляхом класифікації реакцій. Вивчивши класифікації асоціацій О. Леонтьєва, Н. Гасиці, Г. Клименко, Д. Терехової, Г. Петрової та інших, ми обрали за основу класифікацію Д.І. Терехової [5], яка визначила дев'ять основних типів асоціацій: синтагматичні, парадигматичні, тематичні, фонетичні, словотвірні, граматичні, ремінісцентні, фразеологічного типу, персоналії.

В асоціативному полі слова-стимулу УСПІШНА ЖІНКА виявлено чотири типи асоціацій:

1. Синтагматичні («містять оцінку і разом зі стимулом утворюють підрядне словосполучення» [5, с. 62]), наприклад: УСПІШНА ЖІНКА — *щаслива (17), гарна (10), незалежна (8), розумна (4), мудра (4), впевнена в собі (3), задоволена (3), цілеспрямована, амбітна*.

2. Парадигматичні («належать до одного граматичного класу зі стимулом і відрізняються від нього не більше, ніж за однією семантичною ознакою» [5, с. 62]). Серед визначених у їх складі п'яти груп (категоріальні (П1), реакції-синоніми (П2), реакції-властивості (П3), реакції, у яких «стимул є показником або однією з характерних ознак реакцій» (П4), реакції-порівняння (П5) [5, с. 62]) у цьому полі спостерігаються асоціації третьої (П3) і четвертої групи (П4), а саме:

– реакції-властивості, «які характеризують стимул» (П3) [5, с. 62], наприклад: УСПІШНА ЖІНКА — *сила, вишуканість*;

– реакції, у яких «стимул є показником або однією з характерних ознак реакцій» (П4) [5, с. 62], наприклад: УСПІШНА ЖІНКА — *програміст, мама*.

3. Тематичні («які складають або в результаті граматичної зміни можуть скласти зі стимулом словосполучення, а також ті, що можуть бути використані в рамках тематично обмеженого контексту (речення)» [5, с. 62]), наприклад: УСПІШНА ЖІНКА — *сад, дім; має ціль і йде до неї; має освіту; все вміє; цікавиться новизною*.

4. Персоналії («імена, прізвища історичних осіб, видатних людей минулого і сьогодення...» [5, с. 62]), наприклад: УСПІШНА ЖІНКА — *жінка Зеленського*.

Отже, в асоціативному полі стимулу УСПІШНА ЖІНКА наявні чотири типи асоціацій: синтагматичні — 79%, парадигматичні — 13%, тематичні — 7%, персоналії — 1%. До ядра асоціативного поля увійшли найбільш частотні асоціації синтагматичного типу: УСПІШНА ЖІНКА — *щаслива (17), гарна (10), незалежна (8), розумна (4), мудра (4), впевнена в собі (3), задоволена (3)*, які формують основні риси образу успішної жінки у мовній свідомості українських респондентів.

Список використаних джерел

1. Бацевич, Ф. (2004). Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Видавничий центр «Академія».
2. Горошко, Е. (2001). Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Москва: РАН. Институт языкознания.
3. Леонтович, О. (2005). Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. Москва: Гнозис.
4. Петрова, Г. (2009). Національно-культурна специфіка мовної свідомості носіїв української, англійської та новогрецької мов (на матеріалі рекламного дискурсу продуктів харчування. (Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук). Київський національний лінгвістичний університет, Київ.
5. Терехова, Д. (2000). Особливості сприйняття лексичної семантики слів (психолінгвістичний аспект). Київ: Київський державний лінгвістичний університет.

Fedorova K.

Student of Master's Degree Course

Kyiv National Economic University Named after Vadym Hetman

ITALY-UKRAINE: CROSS-CULTURAL DIFFERENCES AND SIMILARITIES IN HANDLING SUSTAINABILITY CONCERNS

Abstract. *The present article deals with the perception of the sustainability concept among Italians and a description of the performance in the framework of agenda 2030. It contains the review of Italy's current achievements on the way to sustainability, its main goals and incentives. Its prior objective is to investigate the degree of fulfillment of main goals, in comparison with European countries performance. The results of this investigation serve for better understanding Italian culture.*