

<https://doi.org/10.15407/ukrmova2025.02.026>  
УДК 81'23

**М.В. ЖУЙКОВА**, доктор філологічних наук, професор,  
професор кафедри української мови та лінгводидактики  
Волинський національний університет імені Лесі Українки  
Пр. Волі, 13, м. Луцьк, 43025  
E-mail: mzhujkova@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-0396-8458>

## **ТИПИ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В АСОЦІАТИВНИХ ПОЛЯХ (НА МАТЕРІАЛІ ЕКСПЕРИМЕНТІВ З УКРАЇНСЬКОМОВНИМИ РЕСПОНДЕНТАМИ)**

---

*У статті проаналізовано деякі асоціативні поля, отримані у вільних асоціативних експериментах із носіями української мови, та виявлено ті реакції, що кодують культурно марковану інформацію. Досліджено два типи таких реакцій: нейролінгвальні та концептуальні. Установлено, що нейролінгвальні реакції мають вербальну основу (передусім це відсилання до прецедентних текстів та різноманітних колокацій, типових для мовної практики), а через концептуальні реакції респондентів реалізуються імпліцитні культурно марковані зв'язки між певними концептами. На матеріалі асоціативних експериментів з'ясовано, що в асоціативних полях частка лінгвокультурних реакцій обох типів може сягати 50 %. Докладно схарактеризовано асоціативні поля деяких стимулів-орнітонімів.*

**Ключові слова:** психолінгвістика, вільний асоціативний експеримент, асоціативне поле, культурно марковані зв'язки між стимулом та реакцією, прецедентні тексти, нейролінгвальні реакції, концептуальні реакції, орнітоніми.

Асоціативні експерименти, що слугують потужним знаряддям для проникнення у вербальну пам'ять етнічного колективу, можуть давати різноманітну інформацію щодо структури та вмісту колективних знань, способів осмислення явищ дійсності, а також стосовно динаміки колективних уявлень про світобудову та її фрагменти. Дослідники справедливо вважають, що асоціативні поля, отримані внаслідок оброблення даних вільних асоціативних експериментів, є відбиттям як словника лінгвокультурного колек-

---

Цитування: Жуйкова М.В. (2025). Типи лінгвокультурної інформації в асоціативних полях (на матеріалі експериментів з українськомовними респондентами). *Українська мова*, 2 (94), 26–42. <https://doi.org/10.15407/ukrmova2025.02.026>

© Видавець: ВД «Академперіодика» НАН України, 2025. Статтю опубліковано на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

тиву, так і зв'язків між окремими фрагментами цього словника (Shepherd, Marshall, 2018). Зауважимо, що будь-яке асоціативне поле репрезентує найбільш релевантні семантичні ознаки певного слова-стимулу. Зазвичай такі ознаки втілюються в найчастотніших вербальних реакціях, що формують в асоціативному полі його центральну зону та зону ближньої периферії.

Серед психолінгвістів набула поширення думка, що основне призначення вільних асоціативних експериментів — установлення так званих асоціативних норм, тобто набору типових, стандартних асоціацій, які виникають у свідомості психічно здорових носіїв мови. У другій половині XIX ст. метод вільних вербальних асоціацій, як відомо, застосовували не лінгвісти, а психіатри, які у своїх дослідженнях пропонували пацієнтам списки слів і аналізували отримані реакції. Таким методом намагались оцінити тип психіки, розумові здібності та рівень інтелекту опитуваних. Список слів-стимулів, що їх використовували в асоціативних експериментах, було надруковано у книжці німецького психіатра Роберта Зоммера, яка вийшла 1894 р. (Sommer, 1894, s. 112—114). У цьому списку слова-стимули згруповано у 26 тематичних груп по 4—6 одиниць у кожній, причому більшість із них належить до абстрактної лексики. Зокрема, до його стимульного списку входять групи «Stimmungen und Gemüthsausdrücke» («настрої та емоційні прояви»), «Begriffe aus dem Gebiet des Verstandes» («поняття зі сфери розуму») тощо. Надто абстрактний характер семантики стимулів Р. Зоммера не був прийнятним для всіх респондентів, адже ідіолект багатьох мовців не виходив за межі основних одиниць словника з конкретними значеннями. Крім того, експерименти психіатрів мали спиратися на певні мінімальні мовленнєві стандарти, що їх можна було б вважати адекватними для людей із характерними психічними ознаками, певним рівнем розумових здібностей чи станом психічного здоров'я. Появу такого стандарту пов'язують із працями американських психіатрів Грейс Гелен Кент та Аарона Джошуа Розанова, які організували масштабне дослідження з носіями англійської мови (близько 1250 респондентів) у різних регіонах США, а потім обробили його результати. Невипадково перший асоціативний словник, що постав на основі цього опитування, було оприлюднено в журналі під назвою «American Journal of Insanity» («Американський журнал божевілья»). Повні списки реакцій тисячі психічно здорових мовців назвали «асоціативними нормами» (Kent, Rosanoff, 1910). У цьому виданні автори опублікували деякі зразки порушень «нормальних» асоціацій при різних психічних захворюваннях. Відтоді поняття асоціативних норм використовували не лише у спеціальній психіатричній літературі, а й у працях лінгвістів. Поняття «норма» уживають у назвах створених пізніше асоціативних словників (англійської, німецької, французької, польської, російської, болгарської, української мов), які були побудовані на основі стослівного опитувальника Кент-Розанова. Показово, що відома колективна праця психолінгвістів із різних країн, що вийшла 1970 р. у США за редакцією Лео Постмана та Джеффри Кеппела, має назву «Norms of Word Association» (Postman, Keppel, 1970).

Деякі часто повторювані реакції, отримані в експериментах із носіями різних мов, виявилися практично перекладними еквівалентами. Як писала

польська лінгвістка Іда Курч, «близько половини перших найчастотніших реакцій у різних мовах є тотожною з погляду їхнього значення» (Kurcz, 1967, s. 257)<sup>1</sup>. Причина таких збігів полягає в тому, що носії різних мов — респонденти в експериментах — жили в подібних культурно-соціальних умовах, а їхній перцептивний досвід сформував близькі базові уявлення про світ. Проте серед найчастотніших (ядерних) реакцій було виявлено чимало таких, що не є тотожними попри те, що в експериментах брали участь носії германських та романських мов. «Відмінності в найчастотніших асоціаціях, — зазначала І. Курч, — які спостерігаємо між різними групами за віком, освітою, статтю та, зрештою, мовою, можна приписати різниці в досвіді цих людей. Деякі із цих відмінностей можна чітко пояснити національно-культурними чинниками» (там само, s. 259). Як приклад дослідниця подала декілька частотних реакцій на стимули ХЛІБ, ГРОМАДЯНИН та МІСТО.

Саме часто повторювані асоціати привертали та привертають найбільшу увагу психолінгвістів, наприклад такі реакції часто залучають для аналізу вербальної мережі в пам'яті мовців. Частотні реакції важливі для виявлення як близьких, так і віддалених семантичних зв'язків між одиницями словника. Ці асоціати стають основою для формування асоціативної норми. Натомість неповторювані реакції, що становлять значну частину асоціативних полів, не формують психолінгвістичного стандарту, а тому периферія поля не часто привертає увагу дослідників. Дальня периферія асоціативного поля зазвичай містить семантично невмотивовані і випадкові реакції. Справді, зв'язки між словом-стимулом та неповторюваними асоціатами часто виявляються ситуативними, унікальними, заснованими на досвіді окремого мовця, іноді актуалізованому лише на момент опитування.

Із розвитком когнітивної лінгвістики зацікавлення дослідників периферійними реакціями, отриманими в асоціативних експериментах, почало зростати. Це зумовлено тим, що увага лінгвістів перемістилася із семантики лексичних одиниць на концептуальні структури, які кодує певне слово (група слів). Стало очевидно, що інформація, отримана в асоціативних експериментах, значною мірою корелює із вмістом концептів, названих стимулом, і що різні реакції можуть відбивати неоднакові змістові шари у структурі відповідних концептів. Як зауважувала С. Любимова, проводячи асоціативні експерименти, «дослідник отримує доступ до вмісту досліджуваного об'єкта для формування уявлень про його когнітивну структуру» (Lyubymova, 2020, p. 87).

Одна з найцікавіших проблем, на яку можуть кинути світло дані асоціативних експериментів, — це збереження в пам'яті опитаних тих культурних набутоків, що їх виробив етнічний колектив за довгий час свого становлення та життєдіяльності. Пор. у зв'язку із цим думку Н.В. Слухай, О.С. Снитко, Т.П. Вільчинської: «Дослідження асоціативних зв'язків лексичних одиниць дозволяє краще зрозуміти глибинні концептуальні структури у свідомості мовця як носія культурних цінностей певної ет-

<sup>1</sup> Іда Курч мала на увазі англійську (американську), німецьку, італійську та французьку мови; відповідні експерименти було проведено саме за стослівним списком Кент-Розанова.

нічної спільноти» (Слухай та ін., 2011, с. 77). Вислів «культурні цінності етнічної спільноти», на нашу думку, доречно інтерпретувати в контексті формування національної ідентичності та трансляції культурних набутків і цінностей між поколіннями. Наявність лінгвокультурної інформації в асоціативних полях завжди свідчить про засвоєння та передавання певних культурно-значущих типів та форм знання.

Спонтанні асоціації, які несподівано виринають у пам'яті респондентів, можуть виявитися реліктами давніх уявлень етнічної спільноти. І хоч такі асоціації нечисленні, здебільшого одиничні, вони виводять дослідника на глибинні шари архаїчних знань про світобудову. Наведемо фрагменти двох полів асоціатив на стимул ПАВУК у словниках Н.П. Бутенко та С.В. Мартінек. Серед одиничних реакцій у цих асоціативних полях подано лексеми: *архітектор, будувати, працьовитий, роботяга, ткати* (Бут., с. 57) та *на щастя, новина* (УАС 3, с. 364). Зауважимо, що наведені реакції в обох полях не повторюються. У реакціях першого асоціативного поля увиразнено сему 'креативність', яка і лягла в минулому в основу міфологеми «павук», сформованої, очевидно, у часи індоєвропейської мовної єдності. Ця міфологема містить уявлення про павука як про втілення деміурга, творця світу. Реакції другого асоціативного поля (*на щастя, новина*) указують на інший складник цієї міфологеми: павука сприймали як медіатора між світом богів та людей. Тому побачити павука на павутинні — на щастя; павук, що спускається по своїй нитці, — це знак близької новини (наприклад, отримання листа). Ще у другій половині XIX ст. деякі архаїчні уявлення про павуків були для українців живою реальністю, про що свідчать польові записи П.П. Чубинського (Чуб., с. 68) та Б.Д. Грінченка, пор.: «Як сіренький павучок спуститься — добра буде звістка, а як чорненький — погана» (Гр., с. 42). Проте за життя чотирьох-п'яти поколінь такі уявлення в колективній свідомості українців практично зникли, а їх залишки складно виявити за допомогою прямого опитування чи анкетування респондентів. Реакції на стимул ПАВУК, отримані в обох асоціативних експериментах, передають переважно побутову (перцептивну та оцінну) інформацію про павуків (до того ж, вона не завжди відповідає науковій картині світу, бо багато опитаних зараховують павуків до комах). Однак одиничні культурно марковані реакції, які з'явилися в асоціативних полях, слугують підтвердженням того, що архаїчна інформація глибоко вкорінена в пам'яті деяких мовців і за сприятливих умов може виявлятися в реакціях респондентів<sup>2</sup>.

Припускаємо, що колективна свідомість українців зберігає чимало донаукових уявлень про світобудову, утілених у народних віруваннях та прикметах, проте такі уявлення в сучасному глобалізованому та урбанізованому світі

<sup>2</sup> Цікаву інформацію про збереження вірувань дає також опитування польськомовних студентів, що його провела Іда Курч у 1964—1965 рр. у Варшаві. На словостимул PAJĄK (павук) було отримано загалом 1000 реакцій. Серед них є 12 відповідей *szczęście* та 3 відповіді *nieszczęście*, що разом становить 1,5 % поля (Kurcz, 1967, s. 171—172). Зауважимо, що це доволі високий відсоток, адже йдеться про маргінальне знання, збережене лише як релікт архаїчних вірувань.

поступаються перед знанням, яке дає освіта та засоби масової інформації, зокрема інтернет. Прошарок архаїчних культурних уявлень у деяких випадках унаочнюється під час проведення вільних асоціативних експериментів. Так, у статті «Проблема словникового тлумачення імен натуроб'єктів у контексті даних асоціативного експерименту» на прикладі асоціативного поля стимулу КОМЕТА автори продемонстрували, що українці зберігають і транслюють уявлення про комету, що сформувалися сотні чи навіть тисячі років тому (Жуйкова, Свідзинська, 2023). У цьому експерименті виявлено, поряд із науковими знаннями, такі вірування: комета є знаком катастрофи, що наближається, поява комети означає кінець світу; якщо в час появи комети задумати бажання, то воно справдиться (там само, с. 153). Такі реакції є переважно одиничними і посідають місце на дальній периферії отриманого в експерименті асоціативного поля з 235 реакцій, проте загальний обсяг відповідного блоку асоціатів є доволі значним (близько 6 % усіх відповідей). Ці уявлення витлумачують як фрагменти наївної картини світу; зазвичай вони слабо виявляються в сучасних мовців на вербальному рівні і є здебільшого латентними.

Очевидно, що асоціативний зв'язок на кшталт «ПАВУК — щастя» чи «КОМЕТА — катастрофа» виходить за межі семантичних зв'язків між цими лексемами. Через такі асоціати експлікується інформація, яку кваліфікуємо як культурно марковану, чи лінгвокультурну.

Культурно маркована інформація, що її можна знайти в асоціативних полях, часто має різне походження і втілюється в неоднакових формах. Крім того, культурні реакції відрізняються за характером своїх співвідношень з іншими фрагментами вербально-ментальних структур мовців. Мета нашого дослідження — на прикладах деяких асоціативних полів виявити типи лінгвокультурної інформації, установити її джерела та з'ясувати причини виникнення. Матеріалом для дослідження слугували дані з відкритих джерел (українські асоціативні словники Н.П. Бутенко та С.В. Мартінек), а також результати власних опитувань, проведених у 2022—2025 рр. (архів М.В. Жуйкової та О.А. Свідзинської).

## ТИПИ РЕАКЦІЙ, ЩО ВІДОБРАЖАЮТЬ ЛІНГВОКУЛЬТУРНУ ІНФОРМАЦІЮ

Спираючись на матеріали вільних асоціативних експериментів, ми виділяємо два типи реакцій, які свідчать про обізнаність мовців із явищами національної (інколи — інонаціональної) культури. Під час опитування носіїв певної мови часто виявляються реакції, зумовлені саме національно-специфічними чинниками, і через це їх немає в асоціативних полях, отриманих в експериментах із носіями інших мов. Серед національно-специфічних чинників може бути знайомство респондентів із певними текстами (наприклад, із фольклорними творами та віршами, які вчать у школі, з відомими цитатами з фільмів, іменами якихось популярних персонажів тощо). З іншого боку, респонденти тією чи тією мірою занурені в явища національної історії і сьогодення, обізнані з притаманними певній культурі традиціями та

віруваннями, у їхній повсякденній практиці виявляються поведінкові риси, що відбивають національну ментальність. Це національно-поняттєве тло також може віддзеркалюватися в асоціативних полях, отриманих в експериментах із носіями тієї чи тієї мови. Такі спостереження дають змогу нам виділяти серед асоціатів культурно марковані реакції двох типів.

Перший тип реакцій репрезентують асоціати, що є фрагментами якихось висловів чи текстів, куди входить і стимул, і реакція на нього. Такі реакції пов'язані з прецедентними текстами, усталеними мовними конструкціями, а також із колокаціями, які відбивають різні явища масової і традиційної культури, науки й техніки, сучасного інформаційного середовища, форми мовленнєвої практики. Це так звані нейролінгвальні реакції. Наприклад, 35 % асоціатів, отриманих на стимул САДОК в експерименті С.В. Мартінек, — це фрагменти вірша Т.Г. Шевченка (УАС 3, с. 448). Серед них найчастотнішою є реакція *вишневий*; двічі трапилася конструкція *вишневий коло хати*, по одному разу — асоціати *коло хати* та *хрущі*. Ці мовні одиниці, як і слово *садок*, уходять до початкових рядків знаного українцями тексту. В опитуванні Н.П. Бутенко на стимул ПАРУБОК респонденти масово реагували прикметником *моторний* (Бут., с. 58); дехто з опитуваних згадав також іменник *Еней*. Загалом реакції, мотивовані початком «Енеїди» І.П. Котляревського, охоплюють 16 % асоціативного поля.

До другого типу належать реакції, безпосередньо пов'язані з поняттями (культурними концептами): вони корелюють із суспільно-політичними, економічними, історичними, етнографічними, побутовими та іншими явищами, характерними для етнічної спільноти на певному етапі її розвитку. Такі реакції називаємо концептуальними. До них зараховуємо й асоціати, що вказують на відомі художні твори, мистецькі об'єкти, якісь визначні локації, на видатних історичних чи легендарних осіб. Зазначимо, що деякі з таких асоціатів свідчать про адаптацію явищ інших (інонаціональних) культур.

Проілюструємо концептуальні реакції на прикладі асоціативного поля іменника ЯЙЦЕ (УАС 3, с. 541). По-перше, наявні три відповіді *писанка*, по дві реакції *крашанка* та *Пасха*; по-друге, чотири респонденти згадали *Януковича* (у зв'язку з подією 2004 р., що сталася в Івано-Франківську); по-третє, є одна неповторювана реакція *Коцїй*. Реакції, пов'язані з великодніми традиціями українців, демонструють актуальність кореляції між цим святом та яйцями; асоціат *Коцїй* свідчить про те, що респондент згадав сюжет казки про Коцїя, смерть якого перебуває на кінчику голки, а голка — в яйці. Зазначені реакції виникли внаслідок актуалізації в пам'яті мовців давніх знань, що їх передають від одного покоління до іншого. Реакція *Янукович*, прив'язана до конкретної історичної ситуації, а не до культурного тла, у подальших опитуваннях, імовірно, зникне.

У багатьох асоціативних полях можна знайти лінгвокультурні реакції обох типів. Проаналізуємо фрагменти асоціативного поля стимулу ЗМІЯ, отриманого в експериментах С.В. Мартінек (УАС 3, с. 231). Загальна кількість реакцій у цьому полі — 209. Серед них трапляються такі асоціати, що відбивають лінгвокультурну інформацію: *підколодна* (5), *кінь* (2), *яблуко* (2),

*Біблія* (1), *спокусниця* (1), *Олег* (1), *Рікі-Тікі-Таві* (1). Спостерігаємо в цій групі культурно марковані реакції обох типів; ці асоціати походять із різних джерел. Реакція *підколодна* є фрагментом вислову *змія підколодна*, що поширений у російській традиції у формі *змея подколодная*. Джерелом реакцій *яблуко*, *спокусниця* та *Біблія* є відомий біблійний сюжет про змію, яка спокусила Єву яблуком — забороненим плодом із дерева пізнання добра і зла. Реакції *кінь* та *Олег* відбивають знання респондентів про літописну легенду (смерть князя Олега від отруйної змії, яка ховалася в черепі загиблого коня). Остання реакція є алюзією до оповідання Редьярда Кіплінга «Рікі-Тікі-Таві», персонаж якого (мангуст) ловив отруйних змій. Отже, одна реакція (*підколодна*) належить до нейролінгвальних; разом зі словом-стимулом вона утворює сталий вираз. Інші реакції свідчать про обізнаність опитаних із культурними явищами, що є набутками як української, так і світової культури. Загалом культурно марковані реакції становлять близько 7 % асоціативного поля стимулу ЗМІЯ. Решту поля заповнюють такі асоціати, які відбивають повсякденний досвід людей чи уявлення про змій, отримані через різні канали інформації. Зауважимо, що сакральних компонентів архаїчної міфологеми ЗМІЯ в цьому асоціативному полі не засвідчено (на відміну від реліктових уявлень у полі стимулу ПАВУК).

Проаналізуємо ще одне асоціативне поле, у якому експліковано різні культурні явища. Це поле слова-стимулу ГАРБУЗ (УАС 3, с. 133). Знаходимо в ньому чимало реакцій, які зумовлені символічною функцією гарбуза в українському традиційному обряді сватання: *відмова* (14), *весілля* (6), *сватання* (3), *традиція* (1). Крім того, у полі є декілька асоціатів, що відбивають нейролінгвальні зв'язки між стимулом та реакціями (*дати*, *дати гарбуза*, *піднести*); ці реакції свідчать про обізнаність опитаних із відповідними фразеологічними одиницями. Загалом на реакції, пов'язані з відмовою під час сватання, припадає близько 13 % асоціативного поля стимулу ГАРБУЗ. Безперечно, відповідні обряди вже зникли з побутової практики українців, а знання про них передається як культурний анахронізм (наприклад, через художні тексти чи кінофільми). Трансформації культурних практик у сучасному світі призвели до того, що в цьому асоціативному полі з'явився блок реакцій, пов'язаних із Хелловіном — святом усіх святих, що актуалізоване в культурному полі України під впливом англomовних країн. *Хелловін* у різних написаннях згадано в полі 13 разів, по одному разу з'явилися реакції *скелет*, *привиди*. Справді, порожній гарбуз зі свічкою всередині, на якому вирізають подоби людського обличчя, є чи не головним атрибутом свята. Цей блок займає близько 7,5 % асоціативного поля і, можливо, згодом витіснить в опитуваннях зв'язок між гарбузом та весільними традиціями.

Обидва асоціативні поля (ЗМІЯ, ГАРБУЗ) містять як нейролінгвальні, так і концептуальні реакції. Однак можна виявити такі поля, у яких домінують реакції лише певного типу. Наприклад, поле стимулу ПАН у словнику С.В. Мартінек містить тільки нейролінгвальні реакції (УАС 3, с. 366). На першому місці за частотністю є асоціати *пропав* та *або пропав* (18 % усього поля), а за ними розташована реакція *Коцький*, яка заповнює 9 % поля. Решта 90

неповторюваних реакцій мають значно нижчу частотність і переважно описують різні аспекти концепту ПАН та суміжних концептів (*багатий, багатий, господар, гроші, жорстокий, жупан, кріпак, маєток, поляк, презирство, раб, слуга* тощо). Висока частотність реакцій *пропав* та *Коцький* зумовлена їх безпосереднім розташуванням за словом *пан* в усталених конструкціях *пан або пропав* та *пан Коцький*. Аналогічний зв'язок виявляється в асоціативному полі стимулу ЛИС: на другому місці тут опинилася реакція *Микита* (20 % поля), що свідчить про обізнаність респондентів із казкою І.Я. Франка «Лис Микита». Реакція *фарбований*, яка могла бути мотивована або назвою цієї казки, або назвою українського музичного гурту, заповнює лише 2,5 % поля (УАС 3, с. 277—278). Отже, для появи нейролінгвальних реакцій серед відповідей респондентів важливо (хоч і не обов'язково), щоб слово-стимул відіграло роль тригера і провокувало згадування наступного слова, тісно пов'язаного зі стимулом. Таке слово переважно є іменником, проте трапляються і винятки. Наприклад, на стимул ГАДАТИ, згідно з даними С.В. Мартінек, респонденти реагували одиницями *думка* (6), *думку* (5), *думу* (1) та фрагментом вірша М.М. Петренка «Дивлюсь я на небо...» (УАС 1, с. 85).

Зазначимо, що оскільки нейролінгвальні реакції є результатом запам'ятовування певних колокацій чи текстів, на їх появу в асоціативних полях впливає низка екстралінгвальних чинників. Серед них, зокрема, поширення в суспільстві певних літературних творів, пісень, кінофільмів, різноманітних паремій, складених номінацій тощо. На популярність тих чи тих текстів (колокацій) значною мірою впливає мода як потужний часовий чинник. Тому появу деяких нейролінгвальних реакцій можна спрогнозувати, знаючи культурно-вербальне поле, характерне для певного соціуму<sup>3</sup>. Отримані в асоціативних експериментах кількісні показники для нейролінгвальних реакцій є нестабільними, на них позначаються будь-які зміни в умовах проведення експерименту (стать, вік, рівень освіти, регіон проживання опитуваних тощо).

Концептуальні культурно марковані реакції часто відбивають колективну історичну пам'ять, і тому можуть слугувати джерелом інформації про міру та характер осмислення певного історичного явища. Так, у полі слова-

<sup>3</sup> Наведемо два приклади кореляції між словом-стимулом та нейролінгвальними реакціями на нього. У словнику С.В. Мартінек у полі стимулу КРОКОДИЛ міститься близько 50 реакцій, які вказують на колокацію *крокодил Гена*; це 23 % всього асоціативного поля (УАС 3, 268). Цей відсоток опосередковано відбиває відносну частку українців, які на час опитування були носіями знань про російськомовний анімаційний фільм. З поступовим віддаленням від російського контенту частка таких реакцій має зменшуватися. Інший приклад стосується наукового знання. Як було з'ясовано у статті (Жуйкова, Свідзинська, 2023, с. 151), на стимул КОМЕТА 6,5 % всіх респондентів зреагували власною назвою *Галлей* (це прізвище англійського астронома XVII—XVIII ст., на честь якого комета отримала свою номінацію). Серед реакцій цього типу лише п'ять відповідей правильно відбивають прийняту форму написання комети (*комета Галлея*); дехто з респондентів назвав астронома *Галей*, а дехто витворював назву комети цілком неправильно (*Галілея, Галілео*). Поява реакцій цього блоку зумовлена впливом шкільної освіти, знаннями, поширюваними через ЗМІ, а також мірою засвоєння цих знань. Рівень суспільного інтересу до комети Галлея може зростати чи, навпаки, знижуватися, що позначиться на кількості її згадувань у подальших експериментах.

стимулу ГОЛОД, отриманого в опитуваннях С.В. Мартінек (УАС 3, с. 141—142), домінують реакції, безпосередньо пов'язані з історією України ХХ ст. Трохи більше ніж 8 % поля займає реакція *Голодомор (голодомор)*. Близько 5 % поля припадає на реакції, які вказують на конкретні роки, коли українці переживали найбільші страждання та смерті від голоду (названо переважно 1932 р. та 1933 р.). У двох опитаних з'явилися реакції *Україна (в Україні)*; одиничні асоціації *Сталін* та *репресії* свідчать про актуалізацію знань щодо причин голодомору. Лише незначна частина асоціатив відбиває індивідуальний досвід конкретних осіб (*дієта, ніст, студент, худий, пуста тарілка, хочу їсти* та ін.), натомість більшість реакцій свідчить про те, що носії української мови осмислюють голод як соціальну катастрофу, згубну для цілої нації, як величезну трагедію в історії України.

Важливим чинником, що сприяє появі культурно маркованих реакцій, є насиченість певного концепту такими змістами, які виходять за межі повсякденного знання, отриманого мовцями через безпосередній перцептивний досвід. Культурна глибина концепту, його суспільна значущість, міра актуальності давніх уявлень та вірувань може суттєво вплинути на появу концептуальних реакцій в асоціативному полі. Наприклад, у полі стимулу ХРЕСТ значна частина реакцій пов'язана з християнством: *Ісус, Бог, Божий, церква, віра, релігія, обєріг, розп'яття, православний, поцілувати, священник, святий* та ін., і лише нечисленні реакції відбивають зовнішні ознаки хреста, сприймані органами відчуттів (матеріал, форму, місце, де його зазвичайносять чи малюють): *дерев'яний, дубовий, срібний, срібло, металевий, на руці, на тілі, на шії, на собі, ланцюжок, плюс* (УАС 3, с. 519).

Концептуальні реакції з'являються передусім у полях стимулів-іменників, що є номінаціями соціально важливих категорій та понять. Джерелом таких понять є світ речей та істот, на який віддавна була спрямована пізнавальна діяльність людини. Особливе місце в нашому світі належить птахам, які стали об'єктом спостережень дуже давно і були осмислені в різноманітних аспектах. Тому орнітоніми часто вводять до стимульних списків асоціативних експериментів<sup>4</sup>.

## КУЛЬТУРНО МАРКОВАНА ІНФОРМАЦІЯ В ПОЛЯХ СТИМУЛІВ-ОРНІТОНІМІВ

Ядро категорії «орнітонім» становлять номінації тих птахів, які живуть поряд із людиною чи з певних причин привертають її увагу. Більшість орнітонімів є назвами таких культурних концептів, у структурі яких знаходимо пласти архаїчних вірувань (як, приміром, «півень», «лелека» чи «ворон»). Саме асоціативні експерименти часто сприяють виявленню тих культурних пластів,

<sup>4</sup> У базовому стимульному списку Кент-Розанова є лише один орнітонім: EAGLE (орел). У подальших експериментах кількість стимулів із категорії «птахи» зростала. Так, у першому експерименті С.В. Мартінек опитуваним було запропоновано стимули ГОРОБЕЦЬ та КУРКА. У другому експерименті у списку стимулів з'явилися орнітоніми ВОРОН, ВОРОНА, ГОЛУБ, ЛЕБІДЬ, ЛЕЛЕКА, ЖУРАВЕЛЬ, ПІВЕНЬ, ОРЕЛ та СОЛОВЕЙ.

що зберігаються в пам'яті мовців, залишаючись у латентному стані. Проаналізуємо докладніше асоціативні поля, сформовані стимулами-орнітонімами, зокрема поля лексем СИНИЦЯ та ЗОЗУЛЯ, отримані у власних асоціативних експериментах<sup>5</sup>, а також поля слів ЖУРАВЕЛЬ та ЛЕЛЕКА зі словника С.В. Мартінек. Такі асоціативні поля доречно аналізувати саме в аспекті збереження культурної інформації, релевантної для етнічного колективу.

Асоціати на стимул ЛЕЛЕКА (УАС 3, с. 277) демонструють лише один вид культурно маркованої інформації, що глибоко вкорінена у свідомість усіх слов'ян. Близько 18 % реакцій, отриманих в опитуваннях українських респондентів різного віку, відсилають до уявлень про те, що лелеки приносять новонароджених дітей. Серед таких реакцій домінують іменникові: *дити, дитина, дитя, немовля*, проте трапляються одиничні конструкції з предикатами на кшталт *приносить дітей, принесла, приніс мене*. Отже, асоціативний експеримент дає змогу зробити висновок про стійкість цих архаїчних уявлень, які, очевидно, ніяк не підкріплені сучасним повсякденним досвідом мовців<sup>6</sup>. Інші вірування, які формували архаїчний концепт «лелека» (зокрема, про заборону вбивати лелек та руйнувати їхні гнізда, про те, що лелека, повертаючись із вирію, «відкриває» весну, а потім «замикає» літо та ін.), виявляються для сучасних мовців утраченими.

Проаналізуємо докладніше асоціативні поля стимулів СИНИЦЯ та ЗОЗУЛЯ, які є цікавими в аспекті трансляції культурних знань етнічної спільноти.

У нашому опитуванні на стимул СИНИЦЯ отримано 361 відповідь від 354 осіб. Деяких відповідей ми не вводимо до асоціативного поля з різних причин. По-перше, дехто з респондентів не дотримувався умов експерименту і не реагував словом (сполученням), яке першим спаде на думку, а описував картинку (статичний чи динамічний образ), яка виникала у свідомості на стимул СИНИЦЯ (наприклад, *маленька пташка з жовтою плямою; жовті грудки; птах з довгим хвостом; дзьобає зернята* та ін.), або ж подавав невізуаль-

<sup>5</sup> Вільний асоціативний експеримент, результати якого залучено до аналізу, охопив 356 респондентів різного віку (від 18 років до 81 року), що мешкають у різних областях України (дехто з респондентів — це внутрішньо переміщені особи внаслідок активної фази російсько-української війни). Співвідношення чоловіків та жінок становить 48 % до 52 %. Усі опитування здійснювано контактним методом, без використання гугл-форм чи готових анкет зі стимульними списками. Слова-стимули було розміщено в реєстрі так, щоб уникнути перехресних реакцій. Респонденти взагалі не бачили списку слів-стимулів, оскільки сприймали їх тільки на слух. На фіксацію реакцій респондентам надавали до 6—7 секунд; якщо респондент не записував за цей час свою реакцію, озвучували наступний стимул, а в анкеті зазначали факт відмови від відповіді. Експеримент було проведено відповідно до всіх вимог психолінгвістики, що може слугувати гарантією валидності отриманих висновків.

<sup>6</sup> Зауважимо, що архаїчні вірування, які вдалось виявити в експерименті, транслуються також і через мовну практику, передусім у діалектному середовищі. У «Фразеологічному словнику східнослов'янських та степових говірок Донбасу» В.Д. Ужченка та Д.В. Ужченка зафіксовано близько десяти евфемістичних виразів на кшталт *лелека приніс, лелеки принесли, прилетіла лелека*, які використовують дорослі в розмовах із дітьми (Фр Сл Дон, с. 302—303). Різноманітні вирази з тим самим значенням подано у словнику харківського мовознавця А.А. Сагаровського: *аїст викакав, аїсти принесли, аїст обронив, аїста виглядає, аїсти крутяться, аїсти скинули* та ін. (Фр Сл Хар, с. 19).

ний перцептивний образ (*лірична музика згадується*). Таких відповідей ми не вводили до асоціативного поля. По-друге, під час формування асоціативного поля було вилучено ті індивідуальні реакції, у яких згадувано осіб із прізвиськом *Синиця*. Як наслідок, до поля стимулу СИНІЦЯ ввійшло 325 реакцій.

Серед культурно маркованих реакцій цього асоціативного поля ми виділили чотири блоки, що відрізняються за кількістю, вербальним наповненням, а також за джерелами.

Тричі в полі трапилися асоціати, які відсилають до байки Л.І. Глібова «Синиця». Відповідь однієї респондентки старшого віку точно відтворює початок байки: «...*славу розпустила, що хоче море запалить*». Дві інші реакції, що також є алюзіями на текст байки, містять лише іменник *море*.

Відносно невеликим є блок культурно маркованих асоціатів, пов'язаний із сучасним, актуалізованим в умовах війни сприйняттям кольору пташки як ознаки її «українськості». Це п'ять неповторюваних асоціатів: *націоналістка*, «*патріоточка*», *прапор*, *Україна*, *наш птах* (з таким коментарем респондента: «...*український, бо синьо-жовтий*»).

Нарешті, в асоціативному полі слова СИНІЦЯ з'явилися дві несподівані реакції: *москаль* та *жид*, *москаль*. Учасники опитування, що дали ці відповіді (обидва чоловіки середнього віку), згадали анекдот, у якому йдеться про перелік справ, що їх має зробити в житті справжній українець: посадити дерево, побудувати будинок, виростити сина, убити москаля (з варіантом жида) та вбити синицю. Справжні українці, прослухавши цей перелік вчинків, обов'язково запитують: «*А синицю за що?*».

Два зазначені блоки реакцій на стимул СИНІЦЯ пов'язані з національною самоідентифікацією українців і антагонізмом українців та росіян; такі асоціати закономірно виникли в час жорсткого військового протистояння нашої держави та Росії. Повторне опитування на той самий стимул, якщо його вдасться провести через декілька років, може представити інший вміст асоціативного поля.

Найбільший блок культурно маркованих реакцій у полі стимулу СИНІЦЯ містить фрагменти приказки про синицю у жмені (у руці) і журавля в небі<sup>7</sup>. Ніхто з опитуваних не згадав цю приказку в повній формі. Респонденти називали такі фрагменти: *в руках* (14), *журавель* (13), *в руці* (7), *в небі* (4), *краще синиця* (1), *у жмені* (1). Неточними ремінісценціями приказки є асоціати *руки* (8), *небо* (3), *не журавель* (3), *рука* (2), *нічого в руці* (1), *в руках краще* (1), а також реакція *кишеня* з коментарем респондента: «...*десь там синиця у людей в приказці*». До цього ж блоку зараховуємо дві

<sup>7</sup> І.Я. Франко зафіксував цю приказку у формі *Ліпша синиця в жмені, як журавель під небесами* (Фр., с. 94), у збірнику М. Номиса подано такі два варіанти: *Лучше синиця в жмені, ніж журавель в небі; Не сули журавля в полі, а давай синицю в руки* (Номис, с. 333). І.П. Котляревський використав цю приказку в «Наталці Полтавці» в репліці Возного: *Наталка неблагорозумна: любить такого чоловіка, которого — тее-то як його — может бить, і кістки погнили. Лучче синиця в жмені, як журавель в небі. Як не дивно, у збірці 1984 р. «Українські прислів'я та приказки», яку впорядкували С.В. Мишанич та М.М. Пазяк, цієї приказки не подано.*

реакції *прислів'я*. Отже, цей блок охоплює 61 нейролінгвальну реакцію і займає 18,5 % всього асоціативного поля.

Зважаючи на такий високий відсоток збереженості в колективній пам'яті українців приказки про синицю та журавля, цікаво простежити за відтворенням цієї паремії в полі стимулу ЖУРАВЕЛЬ, у зв'язку із чим було проаналізовано дані, отримані в експериментах С.В. Мартінек (УАС 3, с. 201). Ремінісценціями приказки можна вважати реакції *небо* (11), *в небі* (10), *у небі* (6), *синиця* (1), *в руках* (1), *краще за синицю* (1). Цей блок реакцій становить близько 15 % асоціативного поля. Постає запитання, чи мають усі реакції з лексемою *небо* безпосередній зв'язок із паремією, адже люди часто бачать журавлів саме в небі, а тому асоціативний зв'язок не обов'язково пов'язує стимул *журавель* та відповідну паремію. За відсутністю коментарів, наданих респондентами до своїх реакцій, виявити причини появи асоціативів зі словом *небо* неможливо. Проте точно можна твердити, що джерелом трьох реакцій з лексемою *синиця* є приказка про синицю та журавля. Кількісні дані обох асоціативних полів свідчать, що стимул СИНИЦЯ частіше провокує реакцію ЖУРАВЕЛЬ, ніж навпаки, що зумовлено розташуванням компонентів-орнітонімів у приказці<sup>8</sup>.

Надзвичайно навантаженим культурними змістами виявилось поле стимулу ЗОЗУЛЯ. Під час опитування на цей стимул ми отримали 361 реакцію від 346 осіб. Первісне асоціативне поле містило 130 різних реакцій, серед них зафіксовано 93 унікальних (неповторюваних). Для одержання адекватніших результатів ми вилучили з поля 5 реакцій, у яких згадувано осіб із прізвищем *Зозуля*. Отже, у цьому асоціативному полі наявно 356 реакцій.

Концептуальні реакції, які відбивають уявлення українців про зозулю, формують три змістових блоки. У першому з них зафіксовано уявлення про те, що, рахуючи кукання зозулі, людина може дізнатися про вік, який їй суджено прожити. Це такі повторювані реакції: *роки* (12), *вік* (8), *життя* (4), *літа* (2), *рахувати* (2), *час* (2). Серед відповідей є також 10 унікальних реакцій: *багато літ*, *гадання*, *довголіття*, *накувала*, *накувала сто років життя*, *рахує*, *рахує вік*, *рік*, *скільки жити*, *скільки років накує*. Частка цього блоку в асоціативному полі становить близько 11 %.

Інший змістовий блок, що також корелює з архаїчними уявленнями, зумовлюють народні інтерпретації дивної поведінки самиці зозулі, яка, не маючи свого гнізда, підкидає яйця у гнізда інших птахів і примушує їх вирощувати своє власне потомство (лише по одному пташаті у гнізді). Такий тип поведінки називають у біології гніздовим паразитизмом. Незвичне ставлення до свого та чужого потомства<sup>9</sup> привернуло увагу наших предків, що й спричинило появу численних легенд та вірувань. Основним їх моти-

<sup>8</sup> В асоціативному полі стимулу ЖУРАВЕЛЬ трапляються інші культурно марковані реакції. Це асоціати *лисиця* (3), *і лисиця* (1), *і лисичка* (1), *казка* (1), *гличик* (1), які становлять разом 3,5 % поля. Ці реакції пов'язані з назвою та сюжетом відомої казки «Лисиця та журавель». Зазначимо, що в опитуванні на стимул ЛИСИЦЯ жодний респондент не дав відповіді, яка би свідчила про ту саму казку (УАС 3, с. 278).

<sup>9</sup> Новонароджене зозулення викидає з гнізда всі яйця та тих пташат, які вже встигли вилупитися, а тому дорослі пташки іншого виду вигодовують лише його.

вом стало «неправильне» материнство, а зозулю почали сприймати як жорстоку, безвідповідальну матір. Ставлення зозулі до дітей, поведінкові риси зозулі, загалом відносини між матір'ю та дитиною відбито в таких повторюваних реакціях: *діти* (8), *безвідповідальна* (3), *безвідповідальність* (3), *підкидає яйця* (3), *підкидиш* (3), *дитина* (2), *злодійка* (2), *зрада* (2), *покинуті діти* (2). Багато реакцій цього блоку виявилися неповторюваними: *батьки*, *без гнізда*, *безтурботність*, *відсутність зобов'язань*, *жінка*, *жінка, що кидає дітей*, *зрадниця*, *кидати*, *кинула*, *легковажність*, *мачуха*, *неблагополучна*, *непостійна* (з коментарем респондента «про жінку»), *нечесний*, *нечесність*, *обман*, *підкидати*, *підкидання дитини*, *підкидні яйця*, *підлість*, *підстава*, *підступна*, *погана*, *погана матір*, *покинуте потомство*, *сирота*, *скидати проблеми*, *хитра*, *яєчка підкидає*, *яйце в чужому гнізді*. Багато респондентів не просто зафіксували у відповідях факт материнства як такого, а й наголосили на його аморальній природі, підкресливши це негативно-оцінними лексемами (*безвідповідальна*, *безтурботність*, *легковажність*, *нечесність*, *обман*, *підступна*, *хитра* та ін.). На цей фрагмент поля припадає 16 % усіх реакцій.

Третій блок реакцій, мотивованих поведінкою зозулі, пов'язано з грішми і багатством. Ідеться про давнє вірування в те, що кукання зозулі притягує гроші. Тому, хто почує вперше в лісі «ку-ку» і матиме при цьому гроші, багатство буде йти до рук протягом року. Чимало записів про ці уявлення з різних губерній подали українські етнографи ХІХ ст., зокрема П.П. Чубинський (Чуб., с. 61—62) та М.А. Маркевич, пор.: «Если кукушка в первый раз кричит и в это время есть у вас в кармане деньги, то какие есть, такого сорта и будут вестись целый год» (Марк., с. 94). У нашому опитуванні цей блок незначний: *гроші* (7), *багатство* (1), *грошики* (1).

Численним є блок нейролінгвальних реакцій, отриманих на стимул ЗОЗУЛЯ. Передусім це ремінісценції народних пісень — обрядових, рідинно-побутових, рекрутських, історичних, а також відомих художніх творів. Найчастіше респонденти реагували дієсловом *кує* (34), рідше — формами *кувати* (18) та *кувала* (13), що разом становить близько 18 % усього асоціативного поля. До цього ж блоку входять реакції, названі один чи два рази: *закувала* (2), *летіла* (1), *ой летіла зозуля* (1). Неможливо з певністю встановити, чи всі отримані реакції викликані згадуванням текстів із лексемою *зозуля* (*зозуленька*), проте не варто відкидати і факт стійкої фіксації в пам'яті українців фрагментів деяких пісень та художніх творів. Зокрема, появу реакції *кувала* могла спричинити популярність відомої народної пісні «Несе Галя воду», а реакції *кує* — знайомство з текстом «Плачу Ярославни» Т.Г. Шевченка. Значного поширення набула й народна пісня баладного жанру «Летіла зозуля» (*Летіла зозуля та й стала кувати. / Ой, то не зозуля, то рідная мати...*), яка могла стати джерелом асоціативної реакції *кувати*.

До нейролінгвальних реакцій, отриманих на стимул ЗОЗУЛЯ, належать також дві унікальні відповіді, що їх записали університетські викладачі-філологи: *три зозулі* та *з поклоном*. Ці реакції є фрагментами назви оповідання Г.М. Тютюнника «Три зозулі з поклоном».

Порівнявши поля слів-стимулів СИНИЦЯ та ЗОЗУЛЯ, ми констатуємо значне переважання лінгвокультурних реакцій саме у другому асоціативному полі, де, за нашими спостереженнями, вони займають не менше 50 % його обсягу, тоді як у полі стимулу СИНИЦЯ частка таких реакцій становить близько 22 %<sup>10</sup>. Суттєво відрізняються і співвідношення між концептуальними та нейролінгвальними реакціями в обох полях.

В асоціативному полі орнітоніма СИНИЦЯ майже всі виявлені реакції належать до нейролінгвальних. Їх поява зумовлена тим, що опитані знають певні прецедентні тексти (зазначимо, що загалом таких текстів небагато: це народна приказка, байка Л.І. Глібова та сучасний анекдот). Лише 1,5 % асоціативного поля припадає на концептуальні реакції (опитувані асоціюють забарвлення синиці з кольорами українського прапора). Переважання нейролінгвальних реакцій над концептуальними є ознакою того, що в концепті «синиця» у свідомості українців загалом домінує образно-перцептивний пласт. Так, в асоціативному полі СИНИЦЯ часто трапляються реакції, які вказують на розмір та колір пташки, на те, що її можна бачити коло людських осель узимку (саме реакція *зима* домінує в цьому полі, її частка — 18,5 %; крім того, про ознаку «зимовий птах» свідчать реакції *холод* та *мороз*), що її підгодовують салом і зернятами, для неї роблять годівнички і под. Отже, синицю сприймають як красиву, невеличку, беззахисну пташку, що тягнеться до людини і потребує підтримки в холодну пору року. Помітно, що цей концепт, представлений в опитуванні, виявляється позбавленим будь-якої культурної глибини і не має сакральних змістів.

Асоціативне поле орнітоніма ЗОЗУЛЯ демонструє цілком іншу змістову структуру. Власне образно-перцептивні реакції обмежуються вигуком *ку-ку* (5,5 % поля) та поодинокими асоціатами, які вказують на забарвлення пташки (*сіра, сива, ряба, ряба пташечка, у крапочку*). Це спричинено тим, що сучасні українці, навіть ті, що живуть у сільській місцевості, навряд чи бачили живу зозулю на власні очі, проте чули типове кукування самця в лісі в пору розмноження і знають, що це лісовий птах (реакції *ліс, у лісі* є доволі частотними і становлять близько 4 % поля). Значну частину поля стимулу ЗОЗУЛЯ формують ті реакції, які свідчать про культурні пласти у змісті відповідного концепту. Наголосимо, у свідомості українців і нині домінує уявлення про аморальну поведінку зозулі щодо свого потомства, хоч достовірна наукова інформація, яка розвінчує цей міф, зараз легкодоступна. Антропоцентризм в уявленнях про зозулю — інтерпретація її поведінки через призму сімейних і соціальних стосунків — свідчить про існування стійкого культурного стереотипу, сформованого десятки століть тому. Цей стереотип удалося виявити саме за допомогою асоціативного експерименту зі значною кількістю респондентів різного віку<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> Зазначимо, що інколи складно обґрунтувати наявність мотиваційних зв'язків між стимулом та реакцією, тому ми свідомо не враховували неочевидні реакції під час підрахунків обсягів отриманих в експерименті блоків. Насправді частка культурно маркованих реакцій може виявитися дещо більшою.

Отже, аналіз асоціативних полів слів-стимулів, передусім іменників, уможливорює такий висновок: у деяких полях частина реакцій спричинена знаннями мовців про специфічні культурні явища, притаманні певному соціуму. Така інформація відрізняється від тієї, що її можна отримати через перцептивні канали, і часто передається як культурний спадок, який формує національну ідентичність мовців. У складі асоціативних полів розрізняємо нейролінгвальні та концептуальні реакції, що передають культурно марковану інформацію. Нейролінгвальні реакції зазвичай фіксують сам факт обізнаності мовців із певними текстами чи колокаціями, а також свідчать про ступінь поширення відповідних текстів та їхніх фрагментів у суспільстві. Концептуальні реакції натомість є джерелом інформації про змістові складники того концепту, на назву якого реагують респонденти в експериментах. Такі реакції, навіть якщо вони мають низьку частотність і тому перебувають на дальній периферії асоціативного поля, є вагомим свідченням збереженості давніх знань та вірувань у колективній національній пам'яті. Ця обставина спонукає дослідників звертати увагу саме на низько-частотні реакції, отримані від респондентів.

Чинники, що впливають на появу специфічних культурно маркованих реакцій під час асоціативних експериментів, є доволі різноманітними. Серед них — культурні стереотипи, що їх підтримує мовна практика, поширення в суспільстві певних ідей, традицій та наративів, вплив масової культури, зміни у шкільній програмі з літератури та історії, трансформації в міському просторі (зокрема поява нових пам'ятників) тощо. Значну роль у відтворенні культурної інформації відіграє також вік опитуваних: типи культурно маркованих реакцій відрізняються в молодших та старших респондентів.

Загалом появу лінгвокультурних реакцій в асоціативних полях спрогнозувати доволі складно, однак очевидно, що подальші опитування мовців можуть дати багато цікавих та несподіваних результатів. Наявність навіть незначного прошарку культурно маркованих реакцій в асоціативних полях слугує за доказ сформованої національної ідентичності українців та тягlosti наших культурних традицій.

#### УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

**Бут.** — Бутенко Н.П. (1979). *Словник асоціативних норм української мови*. Львів: Вид. об'єднання «Вища школа».

**Гр.** — Гринченко Б. (1900). *Из уст народа*. Чернигов.

**Марк.** — Маркевич Н. (1860). *Обычаи, поверья, кухня и напитки малороссиян*. Киев: Типография И. и А. Давыденко.

**Номис** — Номис М. (1993). *Українські приказки, прислів'я і таке інше*. Київ: Либідь.

**СУМ-20** — *Словник української мови: у 20 т.* <https://surl.li/jpeiub> (дата звернення: 01.04.2025).

<sup>11</sup> Наявність цього стереотипу підтверджується також уживанням лексеми *зозуля* з переносним значенням та фіксацією його у словнику, див.: «...про матір, яка залишає своїх дітей на виховання іншим» (СУМ-20). Проте саме експериментальні дані можуть дати чіткіше уявлення про поширення стереотипу в етномовній спільноті.

**УАС 1** — Мартінек С.В. (2007). *Український асоціативний словник* (т. 1: Від стимулу до реакції). Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка.

**УАС 3** — Мартінек С.В., Мітьков В.С. (2021). *Український асоціативний словник* (т. 3: Від стимулу до реакції). Львів: ПАІС.

**Фр.** — Франко І. (1909). Етнографічний збірник (т. 27). *Галицько-руські народні приповідки* (т. 3, вип. 1). Львів: Наукове товариство імені Шевченка.

**Фр Сл Дон** — Ужченко В., Ужченко Д. (2013). *Фразеологічний словник східнословобожанських та степових говірок Донбасу*. Луганськ: ЛНУ імені Тараса Шевченка.

**Фр Сл Хар** — Сагаровський А.А. (2024). *Фразеологічний словник центральної Слобожанщини (Харківщини)*. Харків: ХНУ імені В. Каразіна.

**Чуб.** — Чубинский П.П. (1872). *Труды этнографическо-статистической экспедиции в Западно-русский край, снаряженной Русским географическим обществом: Юго-зап. отдел: Материалы и исследования, собранные д. чл. П.П. Чубинским* (т. 1, вып. 1). С.-Петербург.

**Kurcz** — Kurcz I. (1967). Polskie normy powszechności skojarzeń swobodnych na 100 słów z listy Kent—Rosanoffa. *Studia Psychologiczne* (t. 8, s. 122—255). Wrocław — Warszawa — Kraków.

## ЛІТЕРАТУРА

Жуйкова М., Свідзинська О. (2023). Проблема словникового тлумачення імен натур-об'єктів у контексті даних асоціативного експерименту. *Мова: класичне — модерне — постмодерне*, 9, 140—168.

Слухай Н.В., Снитко О.С., Вільчинська Т.П. (2011). *Когнітологія та концептологія в лінгвістичному висвітленні*. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет».

Kent G.H., Rosanoff A.J. (1910). A Study of Association in Insanity. [Reprinted from *American Journal of Insanity*, 67, 37—96, 317—390]. The Lord Baltimore Press.

Lyubymova S. (2020). Associative experiment in the study of a sociocultural stereotype. *Studies about Languages*, 36, 85—96. <https://doi.org/10.5755/j01.sal.0.36.23814>

Postman L., Keppel G. (1970). *Norms of Word Association*. Academic Press Inc. New York.

Shepherd H., Marshall E.A. (2018). The Implicit Activation Mechanism of Culture: A Survey Experiment on Associations with Childbearing. *Poetics*, 69, 1—14. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.07.001>

Sommer R. (1894). *Diagnostik der Geisteskrankheiten für praktische Ärzte und Studierende*. Wien — Leipzig: Urban & Schwarzenberg.

Статтю отримано 07.04.2025

## REFERENCES

Kent, G.H., & Rosanoff, A.J. (1910). A Study of Association in Insanity. [Reprinted from *American Journal of Insanity*, 67, 37—96, 317—390]. The Lord Baltimore Press.

Lyubymova, S. (2020). Associative experiment in the study of a sociocultural stereotype. *Studies about Languages*, 36, 85—96. <https://doi.org/10.5755/j01.sal.0.36.23814>

Postman, L., & Keppel, G. (1970). *Norms of Word Association*. Academic Press Inc. New York.

Shepherd, H., & Marshall, E.A. (2018). The Implicit Activation Mechanism of Culture: A Survey Experiment on Associations with Childbearing. *Poetics*, 69, 1—14. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.07.001>

Slukhai, N.V., Snytko, O.S., & Vilchynska, T.P. (2011). *Cognitology and conceptology in linguistic coverage*. Kyiv: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr “Kyivskiy universytet” (in Ukrainian).

- Sommer, R. (1894). *Diagnostik der Geisteskrankheiten für praktische Ärzte und Studierende*. Wien — Leipzig: Urban & Schwarzenberg (in German).
- Zhuikova, M., & Svidzynska, O. (2023). The problem of dictionary interpretation of names of natural objects in the context of associative experiment. *Language: Classic — Modern — Postmodern*, 9, 140—168 (in Ukrainian).

Received 07.04.2025

Marharyta Zhuikova, Doctor of Sciences in Philology,  
Professor, Professor in the Department  
of Ukrainian Language and Linguistic Didactics  
Lesya Ukrainka Volyn National University  
13 Voli Av., Lutsk 43025, Ukraine  
E-mail: mzhujkova@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-0396-8458>

#### TYPES OF LINGUOCULTURAL INFORMATION IN ASSOCIATIVE FIELDS (BASED ON EXPERIMENTS WITH UKRAINIAN-SPEAKING RESPONDENTS)

The article analyzes several associative fields obtained through free associative experiments conducted with native Ukrainian speakers, focusing on reactions that encode culturally marked information. We distinguish two types of such reactions: neurolinguistic and conceptual. Neurolinguistic reactions have a verbal basis; they are fragments of certain expressions or texts that include both the stimulus and the response (for example, the most frequent response to the stimulus *parubok* (Eng. *young man*) is the adjective *motornyj* (Eng. *nimble*), and to the stimulus *sadok* (Eng. *garden*) — the adjective *vyshevyj* (Eng. *cherry*).

Conceptual reactions reveal implicit culturally significant connections between certain concepts. These reactions point to sociopolitical, economic, historical, ethnographic, ordinary, and other phenomena characteristic of an ethnic community at a particular stage of its development. For instance, to the stimulus *harbuz* (Eng. *pumpkin*), Ukrainians often respond with words that reference the old custom of refusing a marriage proposal. This indicates that cultural knowledge about rituals continues to be transmitted within the community even when the ritual itself has disappeared from everyday life. Alongside notions of ancient Ukrainian traditions, the associative field of the stimulus *harbuz* also includes reactions related to Halloween.

The article provides a detailed examination of the associative fields of two bird names used as stimuli: *synytsia* (Eng. *titmouse*) and *zozulia* (Eng. *cuckoo*). Analysis of the associations reveals that Ukrainians perceive the titmouse primarily through its external and behavioral characteristics. In contrast, the associative field of *zozulia* contains minimal information about the bird's physical traits but includes reactions reflecting important features of an archaic mythologeme: the cuckoo as an irresponsible mother, as a bird that knows a person's future, and as one that can predict wealth. Both associative fields contain numerous neurolinguistic reactions. In the field of the stimulus *synytsia*, these reactions are primarily linked to the Ukrainian proverb "*A titmouse in the hand is better than a crane in the sky*". The associative field of *zozulia* includes reactions pointing to folk songs in which the bird is mentioned.

Overall, the presence of culturally marked reactions in associative fields serves as an indicator of Ukrainians' national identity and the continuity of their cultural traditions.

**Keywords:** *psycholinguistics, free association experiment, associative field, culturally marked connections between stimulus and response, precedent texts, neurolinguistic responses, conceptual responses, ornithonyms.*