

HUMANITIES

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2023.5.12>

SWOBODNY EKSPERYMENT SKOJARZENIOWY JAKO METODA BADANIA JEDNOSTEK FRAZEOLOGICZNYCH JĘZYKA UKRAIŃSKIEGO POCHODZENIA STAROŻYTNEGO

Renata Lukanynets

*magister filologii, asystent katedry języka ukraińskiego
Uniwersytet Narodowy w Użgorodzie (Użgorod, Ukraina)
ORCID ID: 0000-0002-9286-2702
renata.lukanynets@uzhnu.edu.ua*

Adnotacja. Artykuł poświęcony jest eksperymentalnej metodzie analizy pojęć – swobodnemu eksperymentowi skojarzeniowemu, który przeprowadzono z udziałem rodzimych użytkowników języka ukraińskiego w wieku od 10 do 22 lat. Badania przeprowadzono w dwóch etapach – 2016 i 2022, aby zidentyfikować dynamikę zmian w polu asocjacyjnym proponowanego materiału bodźcowego oraz zidentyfikować płeć, wiek i inne cechy kategoryzacji świata respondentów poprzez proponowany materiał bodźcowy. Przeanalizowano ogólne tendencje wyników badania, podkreślono główne typy reakcji skojarzeniowych. Na podstawie uzyskanych danych prześledzono osobliwości pola skojarzeniowego frazy puszkii Pandory. Wyniki swobodnego eksperymentu skojarzeniowego dowodzą, że frazeologia starożytnego pochodzenia aktywnie funkcjonuje w mowie przedstawicieli ukraińskiej kultury językowej, a zróżnicowana treść stref semantycznych wskazuje na trafność i indywidualność rozumienia materiału bodźcowego.

Słowa kluczowe: eksperyment skojarzeniowy, pola asocjacyjne, rodzaje reakcji, bodźce, jednostka frazeologiczna, pojęcie, mit, mitologia.

FREE ASSOCIATIVE EXPERIMENT AS A METHOD OF RESEARCH PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE UKRAINIAN LANGUAGE CONCERNING ANTIQUE PROVENANCE

Renata Lukanynets

*Assistant Professor at the Department of Ukrainian Language,
Uzhgorod National University (Uzhgorod, Ukraine)
ORCID ID: 0000-0002-9286-2702
renata.lukanynets@uzhnu.edu.ua*

Abstract. The scientific article is devoted to the experimental method of concept analysis – a free associative experiment, which was conducted with native speakers of the Ukrainian language aged 10 to 22 years. The research was conducted in two stages – 2016 and 2022 to identify the dynamics of changes in the associative field of the proposed stimulus material and to identify gender, age, and other features of respondents' categorization of the world through the proposed stimulus material. The general trends of the survey results were analyzed, the main types of associative reactions were highlighted. The peculiarities of the associative field of the Pandora's box phraseme were traced on the basis of the obtained data. The results of the free associative experiment gives grounds to state that that phraseological units of antique origin actively function in the speech of representatives of Ukrainian linguistic culture, and the diverse content of semantic zones indicates the relevance and individuality of understanding the stimulus material.

Key words: associative experiment, association fields, types of reactions, stimuli, phraseological unit, concept, myth, mythology.

ВІЛЬНИЙ АСОЦІАТИВНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ ЯК МЕТОД ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ АНТИЧНОГО ПОХОДЖЕННЯ

Рената Луканинець

*магістр філології, асистент кафедри української мови
Ужгородського національного університету (Ужгород, Україна)
ORCID ID: 0000-0002-9286-2702
renata.lukanynets@uzhnu.edu.ua*

Анотація. Статтю присвячено експериментальній методиці аналізу концептів – вільному асоціативному експерименту, який було проведено з носіями української мови віком від 10 до 22 років. Дослідження проведено

у два етапи – 2016 та 2022 рр. для виявлення динаміки зміни асоціативного поля запропонованого стимульного матеріалу та виявлення гендерних, вікових та інших особливостей категоризації світу респондентів через запропонований стимульний матеріал. Проаналізовано загальні тенденції результатів опитування, виділено основні типи асоціативних реакцій. Простежено особливості асоціативного поля фраземи *скриня Пандори* на основі отриманих даних. Результати вільного асоціативного експерименту доводять, що фразеологізми античного походження активно функціонують у мовленні представників української лінгвокультури, а різноманітне наповнення смислових зон вказує на актуальність та індивідуальність розуміння стимульного матеріалу.

Ключові слова: асоціативний експеримент, асоціативні поля, типи реакцій, стимули, фразеологічна одиниця, концепт, міф, міфологія.

Вступ. Зменшити суб'єктивність інтерпретації отриманих даних можливо за допомогою експериментальних методик аналізу концептів (Полгородник, 2017: 154), які дозволяють підтвердити чи спростувати робочу гіпотезу. Дієвим способом дослідження є вільний асоціативний експеримент. На думку І. Голубовської, асоціації виступають «найважливішим компонентом механізму впорядкованого зберігання знань у свідомості людини» (Голубовська, 2011: 109), О. Карпенко стверджує, що «ідентифікація лексеми мовою мозку виявляє себе чи не найвиразніше в асоціативному експерименті» (Карпенко, 2005А: 50). А кластери асоціацій О. Колесник розуміє як своєрідні фільтри категоризації, що «спрямовують інтерпретаційні ментальні процеси, впорядковують новий досвід при творенні образів світу» (Колесник, 2016: 10).

Структура концепту, на переконання У. Марчук, певною мірою співвідноситься з асоціативним полем, хоча й не тотожна йому, оскільки містить у поняттєво-значеннєвому складнику і системно-мовну характеристику, і етимологію-еволюцію концепту в культурі (Марчук, 2009: 7).

При сприйнятті тих чи тих слів у їхньому ізольованому вираженні чи текстовому оточенні активізується асоціативно-сміслові поле, уявлення про явище набувають національно-орієнтованих конотацій (Кононенко, 2008: 69), адже люди мислять і пізнають світ переважно за допомогою асоціацій.

Вільний асоціативний експеримент дозволяє реконструювати ментальні зв'язки у свідомості представників певної лінгвоспільноти. Виявити гендерні, вікові та інші особливості категоризації світу респондентів через запропонований стимульний матеріал. Отриманий результат за замовчуванням буде національно-маркованим, якщо в експерименті беруть участь представники однієї лінгвокультури.

При асоціативному дослідженні, спрямованому на пошук прототипових моделей концептуалізації, «первинні оцінні смисли накладаються на логіко-поняттєвий зміст вербального знака-інтерпретанта, що втілює аксіоматичний інформаційний фрагмент з міфологічного простору, за посередництвом образно-емотивного відчуття їх подібності» (Колесник, 2016: 81).

Асоціації розуміються як виникнення ситуативних зв'язків типу «стимул-реакція» між знаками й концептуальними доменами, тобто областями свідомості мовної особистості (Колесник, 2016: 80). Асоціативний експеримент дозволяє виявити асоціативне поле концепту, його ключові ознаки, а через частотність реакцій – актуальність цих ознак у свідомості носіїв культури.

За допомогою психолінгвістичних експериментів можна виявити не лише національно-культурну специфіку, а й оцінку асоціацій учасників експерименту на задані слова-стимули (Мізін, 2008: 73). Також дані асоціативних експериментів можуть значною мірою допомогти удосконалити та уточнити результати аналізу словникових дефініцій (Левченко, 2004: 44; Мізін, 2008: 74; Полгородник, 2017: 155).

На переконання К. Мізіна, проведення подібного експерименту на матеріалі тільки однієї мови нівелює перспективи досліджень національно-культурного наповнення слів-стимулів. Натомість можна, на думку дослідника, окреслити зміни або певні тенденції, що намітилися в мовній свідомості носіїв мови (Мізін, 2008: 74).

Мова йшла про дослідження лексичного мовного рівня, проте проведення асоціативного експерименту зі фраземами-стимулами на матеріалі кількох мов видається нам неможливим, адже коло інтернаціональних фразеологізмів, що існують в різних лінгвокультурах одночасно, є вкрай обмеженим. До того ж, й ідентичні чи подібні фраземи можуть мати різну структуру навіть у близькосторідних мовах. Психолінгвістичний експеримент, на наш погляд, дозволяє простежити асоціативне поле фраземи, його близькість чи віддаленість від словникової дефініції, актуальність та впізнаваність ФО на конкретному часовому зрізі в респондентів різних вікових категорій, а подібні дослідження, проведені послідовно через певні проміжки часу, дозволяють виявити тенденції та еволюцію асоціативної конотації фразем.

Основна частина. Метою нашої роботи є аналіз результатів вільного асоціативного експерименту, який полягає в реагуванні інформантами на фраземи та міфологеми-стимули за допомогою будь-якої вербалізованої реакції. Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**: простежити загальну тенденцію формування асоціативного поля фраземи-стимулу; систематизувати типи асоціативних реакцій; виявити вікові, гендерні та інші відмінності в реагуванні на заданий матеріал; звернути увагу на еволюцію асоціативної конотації фраземи; з'ясувати особливості розуміння стимульного матеріалу інформантами, виявити їх близькість із словниковими дефініціями; простежити особливості засвоєння запозичених образів на власне український мовний ґрунт.

Методи дослідження: метод вільного асоціативного експерименту; описовий і порівняльний методи; класифікація і систематизація.

Результати та їх обговорення. Конотативний потенціал українських фразем, на переконання Л. Мельник, визначається: обсягом асоціативної структури ФО (кількість варіантів асоціативних реакцій); ступенем

інтенсивності асоціативних репрезентантів (кількість відповідей узагалі й на кожен варіант окремо); допоміжними кількісними параметрами (відносною різноманітністю одержаних реакцій, мірою означуваності, індексами інтенсивності оцінного змісту) (Мельник, 2001: 10).

Асоціативні значення, породжувані в актах семіозису співпадають лише частково: «властивості референтів, психофізичні стани й лінгвопрагматичні установки мовців-інтерпретантів, синхронічні особливості мовного коду виявляються динамічними і змінними навіть на мінімальних часо-просторових зрізах» (Колесник, 2016: 80).

Тому вільний асоціативний експеримент у цьому дослідженні було проведено у два етапи – 2016 та 2022 рр. для виявлення динаміки зміни асоціативного поля запропонованого стимульного матеріалу. Інформантами стали представники української лінгвокультури віком від 10 до 22 років. Для проведення опитування було обрано 32 фрази та міфологеми на першому етапі та 32 фрази та міфологеми античного походження на другому етапі дослідження. Варто зауважити, що стимульне наповнення анкет на обох етапах дослідження відрізняється, і тільки 21 стимул дублюється в обох анкетах для можливості здійснення порівняльного аналізу.

У процесі обрання інформантів необхідно брати до уваги їх соціальну ідентичність. Тому перший блок питань анкети включає гендерну диференціацію, вік, місце проживання та рід занять. Така інформація дозволяє простежити як індивідуальні реакції інформантів, так і сукупні знання та уявлення представників української мовної картини світу. Залучення представників різних соціальних та вікових груп забезпечує повноту та багатомірність отриманих реакцій.

Матеріалом для когнітивної інтерпретації стали 51 200 реакцій, які надали 1600 респондентів на 32 стимульні матеріали в 2016 р. та 44 896 реакцій, які надали 1403 інформанти на 32 фрази- та міфологеми-стимули в 2022 р. Усього – 96 096 реакцій, які надали 3003 респонденти віком від 10 до 22 років.

Відповіді інформантів ми поділили на дві вікові категорії: 10–14 та 15–22 років. Також зберегли гендерний поділ для виявлення відмінностей (чи спостереження їх відсутності) у сприйнятті та розумінні стимульного матеріалу (рисунок 1).

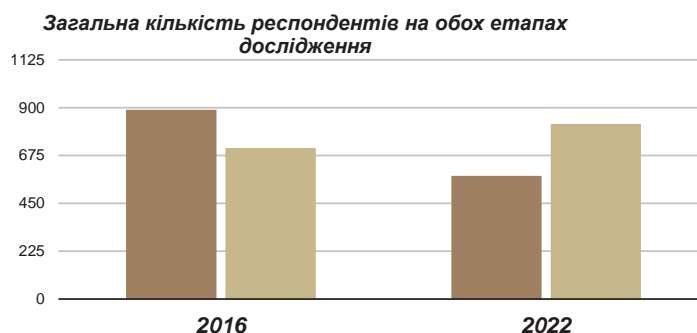


Рис. 1

Існує чимало факторів, які впливають на респондентів: характер самого стимульного слова чи фрази; вплив особи, яка проводить експеримент (або ж її відсутність при дистанційному анкетуванні); форма проведення, спосіб презентації стимульного матеріалу; умови проведення дослідження; соціальні, вікові та інші характеристики осіб, які беруть участь в експерименті, їх настроїв та психологічний стан.

Обробка експериментальних матеріалів відбувається в кілька етапів:

1. кількісна обробка із застосуванням статистичних методів;
2. якісна характеристика результатів, побудова смислових зон – семантичних полів із ключовими словами;
3. аналіз та відсоткове наповнення різними смисловими полями асоціативного поля мовного знака-стимулу різних вікових та гендерних категорій.

Виявляючи асоціативне наповнення концепту, звертаємо увагу на ширші, частотніші асоціати, та подальші, менш частотні реакції, які складають периферію, аж до одиничних, яких буває найбільше.

Оскільки поняття асоціативної норми не має чіткого окреслення в сучасному мовознавстві, то «асоціативну норму становлять усі можливі асоціати на поданий стимул» (Карпенко, 2005: 1).

Обчислюється рівень стереотипізації реакцій. Чим більший рівень стереотипних реакцій – тим нижчим є його асоціативний потенціал, і навпаки – менша кількість стереотипних реакцій свідчить про вищий асоціативний потенціал концепту (Марчук, 2009: 8).

Безперечно помилкові асоціації, не зіперті на форму, на зорову оболонку слова-стимулу трапляються, на думку О. Карпенко, тим частіше, чим «віддаленішим у часі, у просторі, у діяльності реципієнта є стимул» (Карпенко, 2005Б: 123). Особливо це актуально для книжних фразеологізмів, які потребують знання протексту та певного рівня освіченості. Саме тому спостерігаємо найбільший відсоток нульових реакцій саме в респондентів молодшої вікової групи (10–14 років).

Показово, що рівень усвідомлення, розуміння стимульного матеріалу та встановлення асоціативних зв'язків залежить не тільки від віку респондентів, а й від їх освіченості, знання прецедентного першоджерела, розвиненої уяви, начитаності та навіть особливостей характеру.

Оскільки знання і розуміння фразеологізмів та міфотеонімів античного походження прямо пов'язані із знанням прототексту, з якого вони походять, спостерігаємо значну кількість нульових реакцій. Так, на першому етапі дослідження 2016 року, проведеного наживо, загальна кількість відмов складає 24,8 %. На другому етапі опитування 2022 року, проведеного у формі онлайн анкетування, виявлено набагато менше відмов – усього 10,5 % від загальної кількості реакцій. Припускаємо, що зменшення кількості нульових реакцій пов'язано з форматом опитування, оскільки при дистанційному дослідженні інформанти відповідають ізольовано, не обмежуючи свій час. До того ж, фраземи та міфоніми з'являються на екранах гаджетів у довільному порядку по одному. Тому респонденти не бачать одразу загальної кількості стимулів, що створює ілюзію їх меншої кількості (рисунок 2).

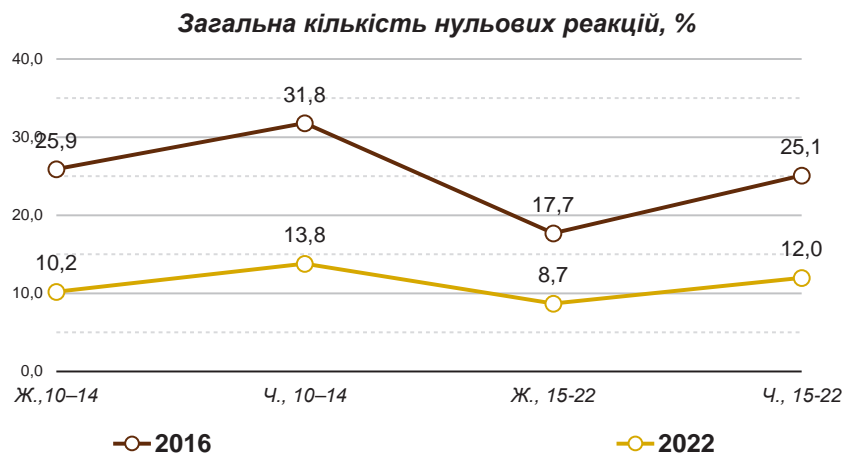


Рис. 2

Відмови від реакцій інформанти виражали пропуском стимулу, почерком, крапкою, знаком питання, смайлом, чи словами «не знаю», «асоціації відсутні» тощо. Загальна кількість на обох етапах експерименту – 18,1 % нульових реакцій.

Проаналізувавши нульові реакції за гендерними та віковими групами на обох етапах експерименту (рисунок), можна дійти висновку, що загальна кількість відмов 2016 року вдвічі більша, аніж 2022 року. На обох етапах опитування кількість нульових реакцій послідовно більша в респондентів молодшої вікової групи, що можна пояснити недостатнім ступенем сформованості асоціативно-вербальних зв'язків між стимулом та його розумінням в інформантів, або ж недостатнім знанням прототексту та орієнтацією на звукову оболонку стимулу.

Так, О. Карпенко, аналізуючи оніми в ментальному лексиконі реципієнтів, виділяє такий асоціативний спосіб визначення, знає чи не знає людина певну власну назву. Це засвідчується: явно помилковими асоціаціями; поверхневими реакціями, побудованими за звучанням стимулу; відмовою від асоціації (Карпенко, 2005Б: 120). Усі ці особливості вирізняємо при аналізі відповідей респондентів молодшої вікової групи на обох етапах експерименту.

Якщо ж порівнювати гендерні маркери, інформанти чоловічої статі обох вікових груп частіше відмовляються реагувати та запропоновані стимули.

Найменш упізнаваними виявилися фразеологізми *пути Гіменей, прокрустове ложе, канути в Лету* в опитуванні 2016 р. та *пути Гіменей, рідні пенати, аркадська ідилія, прокрустове ложе* в 2022 р. Найменшу кількість нульових реакцій спостерігаємо на міфоніми *Зевс, Геркулес, демон, лабіринт* (2016 р.) та фраземи й міфоніми *ахіллесова п'ята, колесо фортуни, стріли Амура, троянський кінь, золотий вік, Геркулес, муза* (2022 р.).

Аналізуючи асоціативні реакції на ароматоніми, Є. Біла виділяє такі можливі термінальні типи асоціативних реакцій для проведення й аналізу результатів вільного експерименту: гіперонімічні реакції (співвіднесення стимулу з родовим поняттям); синонімічні реакції; меронімічні (частина стимулу, або ціле, частиною якого є стимул); символічні (канонізовані концептуальні структури іншої понятійної сфери); суміжні реакції (метонімічна чи метафорична асоціація зі стимулом); квалітативні (якості, властивості, особливості стимулу); каузативні (причинно-наслідковий зв'язок між стимулом та асоціатом); фонетичні (звукова подібність за відсутності смислового зв'язку); індивідуальні (які неможливо декорувати без додаткового коментаря інформантів) (Біла, 2017: 45).

Асоціації поверхневого ярусу, на переконання О. Карпенко, зводяться до звучання, звукової чи графічної оболонки слова-стимулу. Наявність асоціацій глибинного ярусу означає, що в ментальному лексиконі інформанта відповідний стимул існує. Характерний зміст таких асоціацій засвідчує, як саме він там існує, з якою мірою чіткості та вкоріненості. О. Карпенко відзначає, що глибинний та поверхневий яруси тісно пов'язані; глибинний ярус – це не просто семантика, у ньому дослідниця виділяє чотири різновиди (приблизне, непевне знайомство зі словом-стимулом; виразне, певне знання стимулу; знання не лише стимулу,

а і його імпліцитних можливостей; підсвідоме доглибинне відчуття символіки, що стосується стимулу) (Карпенко, 2005Б: 121).

Поряд із фактором частотності, який є вирішальним, парадигматичні асоціати виразніше фіксують семантичну сутність концепту, його інтенціонал, а синтагматичні асоціати вказують переважно на семантичну периферію, валентні спроможності, імплікаціонал концепту. У вільному асоціативному експерименті, за твердженням О. Карпенко, існують тільки два типи реакцій – синтагматичні та парадигматичні, «асоціацій якого третього типу не існує» (Карпенко, 2005: 2).

Узявши за основу класифікацію Є. Білої, виділяємо такі можливі типи асоціативних реакцій у нашому дослідженні:

– **нульові** (виражені пропуском, знаком питання, крапкою, тире, іншими знаками, чи словами «не знаю», «асоціації відсутні» тощо);

– **лінійні** (гіперонімічні (співвіднесення з родовим поняттям), меронімічні (частина від цілого, чи ціле, частиною якого є стимул), фонетичні (звукова подібність), дублювання стимульного матеріалу з перестановкою компонентів чи незначними структурними відмінностями тощо): *зійти на Олімп – гора, боги, піти до богів*;

– **одиничні** (індивідуальні, які потребують додаткового коментаря інформанта стосовно зв'язку зі стимульним матеріалом): *піти через Стікс – напівлев, іспит, дзеркало*;

– **синонімічні** (співвіднесення стимулу із синонімічною лексемою, словосполученням, чи фраземою): *метати громи і блискавки – злитися, бути розлюченим*;

– **символічні** (концептуальні структури іншої поняттєвої сфери): *яблуко розбрату – гріх, спокуса, змій*;

– **суміжні** (метонімічна чи метафорична асоціація зі стимулом): *мов фенікс з попелу – повернутися до життя*;

– **квалітативні** (ознаки, якості, властивості стимулу): *Геркулес – сильний, відважний*;

– **каузативні** (причинно-наслідковий зв'язок між стимулом та асоціатом): *скриня Пандори – апокаліпсис*.

Сучасна широка представленість у письмовій комунікації емотиконів призвела до того, що вони стали невід'ємною частиною спілкування в інтернет-просторі. Відсутність невербального спілкування, абсолютна (не тільки формальна) анонімність, бажання проявити себе, виділитися, наповнити реакції емоційним компонентом, уточнити розуміння стимульного матеріалу, указати на іронічність сприйняття матеріалу тощо породжує потребу використання емотиконів у формальному спілкуванні також. Емоційний компонент забезпечує виконання мотиваційної функції спілкування, оскільки емоція «направляє і регулює поведінку особистості, а також забезпечує здатність до самопрезентації, пошуку й освоєння її нових способів. Інтернет – це простір з низьким рівнем контексту, через що виникає багато можливостей для непорозуміння, тому розважливе використання емоційних сигналів сприяє розумінню один одного» (Трачук, Казначєєва, 2023: 61).

Проте, аналіз результатів дистанційного опитування 2022 р. виявив усього 0,12 % емотиконів у відповідях інформантів.

Частина респондентів використовували смайли для підсилення реакції, чи надання їй гумористичного та іронічного відтінків, вираження власного емоційного ставлення до висловлюваного: *золотий вік – ювелірний магазин 🤩*; *бути в обіймах Морфея – солодко спати 🛏️*; *Геркулес – пластівці 🤪*; *спочити на лаврах – відпочинок 😊*; *аркадська ідилія – щаслива країна UA*. Спостерігаємо також використання емотиконів з метою заміни ними лексичного вираження реакції: *метати громи і блискавки – 🧨*; *стріли Амура (Купідона) – ❤️*; *родинне вогнище – 🔥*; *бути в обіймах Морфея – 🛏️*; *троянський кінь – 🐘🐘🐘*. Частина інформантів надала перевагу смайлам при виявленні нульової реакції на деякі стимули: *Прокрустове ложе – 🛏️*; *рідні пенати – 😊*; *сова Мінерви – 🦉* тощо.

Незначний відсоток вживання емотиконів є радше винятком або ж вираженням індивідуального стилю деяких інформантів, у відповідях яких подібні знаки проявляються послідовно.

Простежимо особливості асоціативного поля фраземи **скриня Пандори** на основі отриманих даних.

Пандора, згідно з давньогрецькою міфологією, перша жінка, яку створив Гефест на прохання Зевса, аби покарати людство, якому Прометей подарував вогонь. Боги та богині наділили Пандору красою, розумом, грацією, підступністю та хитрістю. Брат Прометей Епіметей взяв її за дружину. За одним з варіантів, у його домі була загадкова скриня, за іншою версією – її подарували Пандорі боги. Дівчина з цікавості відчинила скриню, з якої у світ розлетілися всі біди та нещастя, на дні залишилася тільки надія. «Тоді й закінчився безжурний Золотий вік. Міф відбиває становлення патріархату, дискредитуючи жіноче начало як згубне» (САМ, 1989: 160).

В українській міфології існує схожий сюжет. Так, у легенді про походження лелеки-чорногуза йдеться про чоловіка, якому Бог дав міх з усякими створіннями і наказав кинути його в bagno, не розв'язуючи. Чоловік з цікавості заглянув у міх, а звідти повилізали гадюки, ящірки та жаби і розповзлися по полю. Бог покарав чоловіка, перетворивши його на бузька, щоб у такій подобі він міг виловити усіх створінь, котрих випустив з мішка. І. Нечуй-Левицький, досліджуючи цей сюжет, зауважив, що він дуже подібний до міфу про скриньку Пандори (Войтович, 2002: 409).

Фразеологізм **скриня Пандори** означає 'вмістилище зла, лиховісний дар' (СФУМ, 2003: 659) і має відповідники і в інших мовах: пол. *puszka Pandory – 'źródło nieszczęść, utrapień, kłopotów'* (джерело нещастя, напастей, бід) (WSFJP); англ. *a Pandora's box – 'a process that once begun generates many complicated problems'*

(процес, який колись розпочався, і породжує багато складних проблем) (Oxford Dictionary, 2004: 168); die Büchse der Pandora – ‘Unheilbringendes’ (лихо) (Redewendungen, 2013: 479).

Наприклад, у тексті: «Творячи велике, спускаєш з припону диких коней сваволі, і вони розтворюють колісницю світу, і тоді настає п'тьма, якої вже несила побороти, відкривається **скриня Пандори**, вилітають з неї демони руйнувань, донищують залишки життя в тобі самому» (П. Загребельний).

Часто запозичений образ зливається з національним, рідним, перебираючи його ознаки на себе. Так, у тексті *ящик Пандори* відкриває доля, яка керує життям людей: «Іване, – відповіла, сідаючи в старосвітський фотель, – не раз здається, що гірше, як є, вже й бути не може, а поживеш, і побачиш, що ні. Бездонний **ящик Пандори**. Невже ж ми знаємо, який дарунок готує нам доля? – Як поганий, то не приймемо. Хай ворогам нашим підносить» (Б. Лепкий). Зазвичай, подібна заміна запозиченого образу національним відбувається на структурному рівні, трансформуючи будову фраземи. Тут, однак, автор використовує інший прийом, аби адаптувати іншомовний символ, – додає національний, близький читачеві суб'єкт дії – долю.

Асоціативне поле ФО скриня Пандори за результатами вільного асоціативного експерименту є доволі широким та різноплановим, уміщаючи в собі далеко не тільки розуміння фраземи як словникової дефініції.

Фрагмент асоціативного поля фраземи *скриня Пандори*

(*в дужках подаємо кількість реакцій)

БІДИ (31), НЕЩАСТЯ (63), ЗЛО (67), ЗАГАДКА (36), НЕБЕЗПЕКА (27), ДЖЕРЕЛО БІД (2), ХВОРОБИ (12), ДІЯ ІЗ НЕЗВОРОТНИМИ НАСЛІДКАМИ (6), СКАРБ (57), АПОКАЛІПСИС (8), ТАЄМНИЦЯ (96), СМЕРТЬ (17), СКРИНЯ З КОШТОВНОСТЯМИ (9), ЛИХО (21), ПРОБЛЕМИ (3), БРАСЛЕТ (49), ХАОС (27), СКРИНЯ ЗЛА (11), ТЬМА (1), НАДІЯ (6), ЖАХ (52), ГРОШІ (6), МІФІЧНА СКРИНЯ (13), БАГАТСТВО (55), ЗОЛОТО (17), БРАСЛЕТ PANDORA (20), ПОДАРУНОК (17), НЕВІДОМЕ (27), ШКАТУЛКА (5), НЕЗВОРОТНІ НАСЛІДКИ (9).

У процесі якісного асоціативного аналізу всі реакції на фразему-стимул ми поділили на смислові зони, формуючи польову будову асоціативного поля концепту.

Простежили особливості сприйняття фразеологізму в різних вікових та гендерних групах на обох етапах експерименту. Показово, що значних відмінностей у розумінні ФО між гендерно відмінними групами не виявлено. Розбіжності спостерегли в семантичному полі *скарб, коштовності, прикраси*, у якому більший відсоток асоціацій виявлено в респондентів жіночої статі.

Проте вікове асоціативне сприйняття фраземи різниться більше, аніж гендерне, на обох етапах експерименту.

При проведенні опитування 2022 р. дистанційно, коли респонденти перебували сам на сам зі своїми думками, спостерігаємо різноманітніші типи асоціацій, а відсоток нульових реакцій значно зменшився, порівняно з даними 2016 р.: 32 % 2016 р. та 6,5 % 2022 р. (вікова категорія 10–14 р.) та 21 % 2016 р. і 5 % 2022 р. (вікова категорія 15–22 р.).

Традиційно найбільший відсоток *лінійних реакцій* простежуємо в респондентів молодшої вікової групи – 6 % та 17 % у респондентів 10–14 р. на противагу 3 % та 5 % в інформантів вікової категорії 15–22 р.

Відсоток асоціативного поля *бід, нещастя, підступу та загадки, таємниці, несподіванки* у респондентів молодшої вікової категорії значно збільшився на другому етапі експерименту (20,5 % та 19,5 % відповідно, порівняно з 18 % та 9,5 % у 2016 р.) (рисунок 3).

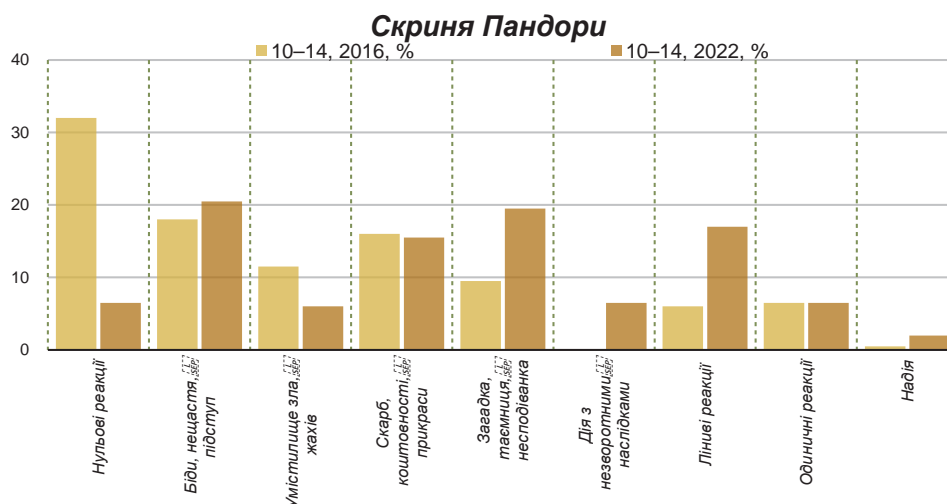


Рис. 3

Ядровими семантичними групами у віковій категорії 15–22 р. стали: *загадка, таємниця, несподіванка* (19 % 2016 р. та 32,5 % 2022 р.); *бід, нещастя, підступ* (15 % та 20 % відповідно); *скарб, коштовності, прикраси* (17,5 % та 12 %) (рисунок 4).

18,7 % від загальної кількості респондентів на обох етапах опитування розуміють фразеологізм *скриня Пандори* як *біди, нещастя, підступ*, надавши каузативні реакції. Наслідком відкриття *скрині* можуть стати, на думку інформантів: *біди, смерть, хвороби, горе, біди, війни, розбрат, брехня* тощо.

19,1 % опитаних асоціюють фразему-стимул із *загадкою, таємницею, несподіванкою*, хоча словники не виділяють подібної семи у значенні вислову. Скриня Пандори тут розуміється як щось таємниче, несподіване, невідоме і реалізується асоціаціями, типу: *секрет, невідомість, незвідане, кіт в мішку, щось нерозгадане, таємниці* тощо.

9,9 % від загальної кількості опитаних на обох етапах експерименту найбільше наближаються до словникової дефініції (Коваль, Коптілов, 1975: 257), (САМ, 1989: 160), (СФУМ, 2003: 659), розуміючи *скриню Пандори* як *умістилище зла, жахів*. Ця лексико-семантична група реалізується асоціатами, типу: *приховане зло, жах, чорна магія, вмістилище зла, уся темрява світу, місце збереження зла* тощо.

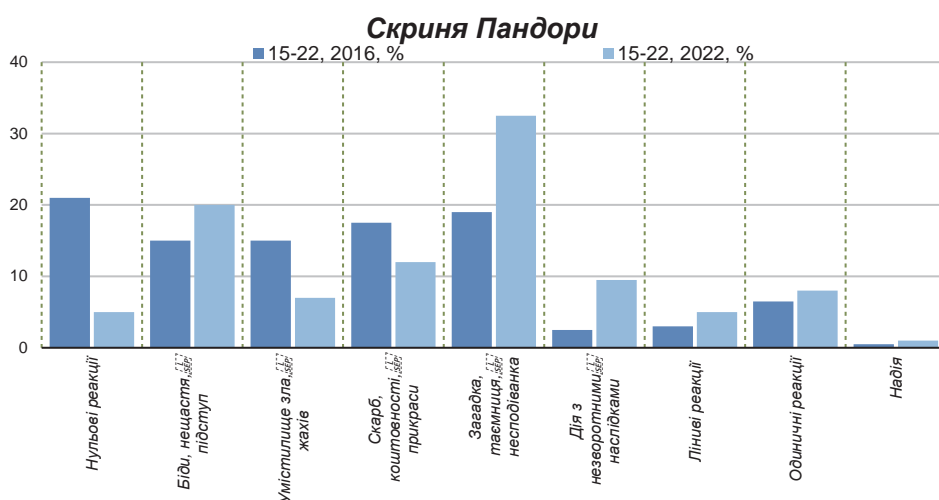


Рис. 4

Цікаво, що словникові тлумачення фраземи, поряд із семою ‘вмістилище зла’, ‘осередок лиха’, послідовно виділяють також додаткове значення – ‘лиховісний дар’, ‘підступний дарунок’ (Коваль, Коптілов, 1975: 257), (САМ, 1989: 160), (СФУМ, 2003: 659). Показово, що серед 3003 респондентів тільки 8 надали подібну реакцію, що складає 0,3 % від загальної кількості, а тому подібна асоціація не може вважатися релевантною.

В українській культурі образ *скрині* був знаком заможності родини, а також мірилом художніх та естетичних смаків молодшої дівчини. Адже більшу частину посагу вона готувала сама або разом із матір’ю. Так звана *скриня* включала постіль, рушники, одяг, а також стрічки та хустки, якими дівчина мала обдаровувати весільних гостей (ЕССКУ, 2015: 756). У світовій культурі, у тому числі казкотворчості, образ *скрині* пов’язується зі скарбами, коштовностями, несподіваним багатством, яке вона могла вміщати.

Тому 15,2 % опитаних співвідносять *скриню Пандори* зі *скарбом, коштовностями, прикрасами*. Очевидно, тут спрацьовують два актуалізатори подібних асоціатів: лексичне значення окремого компонента фраземи та відповідні логіко-поняттєві зв’язки на його основі: *скриня* – багатство, коштовності, гроші, прикраси. Та однойменна ювелірна компанія «Pandora», асоціація з якою витісняє прототекст, на основі якого утворена її назва. Тому лексико-семантичне поле *скарб, коштовності, прикраси* виражається асоціатами: *скриня прикрас, скарб, щось дороге, цінності, браслети, вироби «Pandora», біжутерія, скарби земні, багатство* тощо.

Українські фразеологічні словники не виділяють у значеннєвому полі фразеологізму сему дії з *незворотними наслідками*, розуміючи ФО як ‘вмістилище зла, лиховісний дар’ (СФУМ, 2003: 659), (Коваль, Коптілов, 1975: 257), ‘осередок лиха, підступний дарунок’ (САМ, 1989: 160). Натомість знаходимо таке розуміння фраземи в англійській мові – ‘a process that once begun generates many complicated problems’ (процес, який колись розпочався, і породжує багато складних проблем) (Oxford Dictionary, 2004: 168] – яке, очевидно, звідси і розповсюдилося в український мовний простір останніх років, адже семантичне поле дії з *незворотними наслідками* вимальовується значно чіткіше в респондентів 2022 року обох вікових категорій. Так, до прикладу, у 2016 році – 2,5 % опитуваних, віком 15-22 р. розуміють фразеологізм *скриня Пандори* як дію з незворотними наслідками, у 2022 ж році цей відсоток збільшується до 9,5.

Уживання фразеологізму із значенням незворотної дії, або дії, початок якої матиме непоправні наслідки, знаходимо і в тексті: «*Руйнування критичної інфраструктури – це те, що стосується не лише окремої країни. Йдеться про загрозу для існування людства як такого, це скриня Пандори*» («Obozrevatel», 09.06.2023).

Чим більший рівень стереотипних реакцій – тим нижчим є його асоціативний потенціал, і навпаки – менша кількість стереотипних реакцій свідчить про вищий асоціативний потенціал концепту. Аналіз отриманого матеріалу дозволяє говорити про високу актуальність фраземи *скриня Пандори* у сприйнятті представників української лінгвокультури. Про це яскраво свідчить розлоге, різноманітне та широке розуміння стимулу.

Вільний асоціативний експеримент дозволяє простежити сприйняття стимульного матеріалу представниками певної лінгвокультури на конкретному часовому зрізі. Тому, окрім загальних реакцій, респонденти другого етапу розуміють *скриню Пандори* як не просто біди, нещастя, щось таємниче чи зле, що випустила Пандора зі скрині у світ людей, а конкретні лексеми, пов'язані із сучасним суспільно-політичним становищем: *епідемія, війна, 24-те лютого, путін, всесвітнє нещастя – російська держава, червона кнопка* тощо.

До того ж можемо спостерігати доволі песимістичну еволюцію асоціативного значення фраземи-стимулу. На другому етапі дослідження вдвічі зменшується розуміння *скрині Пандори* як умістилища якогось міфічного зла чи жахів, і, водночас, зростає розуміння фразеологізму як *бід, нещастя, перешкод, проблем, дій, які приносять непоправні наслідки та які неможливо відмінити*.

Проте в кожній віковій та гендерній категорії на обох етапах дослідження простежуємо хоча й незначне, але цілком виразне семантичне поле *надії*, яка, згідно з давньогрецьким міфом, залишилася на дні скрині, коли Пандора випустила у світ усі біди на негаразди. Це символ-нагадування, що все погане має властивість закінчуватися. І що найважливіше, відсоток семантичного поля *надії* значно збільшується на другому етапі дослідження – від 0,5 % у 2016 р. до 2 % у 2022 р.

Висновки. Отже, вільний асоціативний експеримент є одним з методів, який використовується для вивчення когнітивних процесів, що відображаються в мовленні. Він дозволяє простежити, як люди організують свої знання про світ, як пов'язують між собою різні концепти, які відмінності у сприйнятті одного з того ж стимульного матеріалу виявляють реципієнти різних вікових та гендерних груп на конкретному часовому відрізку.

Результати вільного асоціативного експерименту доводять, що фразеологізми античного походження активно функціонують у мовленні представників української лінгвокультури, а різноманітне наповнення смислових зон вказує на актуальність та індивідуальність розуміння стимульного матеріалу.

Убачаємо перспективними подальші дослідження для виявлення особливостей світосприйняття фразеологізмів античного походження представниками української мовної картини світу.

Список використаних джерел:

1. Біла Є. С. Асоціативний експеримент як засіб пізнання ментальної організації ароматонімічного субфрейму. *Записки з ономастики*. 2017. Вип. 20. С. 41–61.
2. Войтович В. Українська міфологія. Київ: Либідь, 2002. 664 с.
3. Голубовська І. О. Актуальні проблеми сучасної лінгвістики: курс лекцій. Київ: Київський університет, 2011. 223 с.
4. ЕССКУ – Енциклопедичний словник символів культури України / за заг. ред. В.П. Коцура, О.І. Потапенка, В.В. Куйбіди. 5-е вид. Корсунь-Шевченківський: ФОП Гаврищенко В.М., 2015. 912 с.
5. Карпенко О. Ю. Асоціативне визначення семантичного наповнення онімічних концептів. Горлівка; Донецьк, 2005. 17 с.
6. Карпенко О. Ю. Напрямки асоціативної ідентифікації онімів. *Записки з романо-германської філології*. Одеса, 2005А. Вип. 16. С. 50–66.
7. Карпенко О. Ю. Онім у ментальному лексиконі: асоціативний метод визначення наявності чи відсутності. *Мова*. Одеса: Астропринт, 2005Б. № 10. С. 120–124.
8. Коваль А.П., Коптілов В.В. Крилаті вислови в українській літературній мові. Вид. 2-е, перер., допов. Київ: Вища школа, 1975. 335 с.
9. Колесник О.С. Мова та міф у вимірі міждисциплінарних студій: монографія. Чернівці: Десна Поліграф, 2016. 239 с.
10. Кононенко В.І. Мова у контексті культури: монографія. Київ; Івано-Франківськ: Плай, 2008. 389 с.
11. Левченко О. Фразеологічна символіка: Лінгвокультурологічний аспект: монографія. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2004. 360 с.
12. Марчук У. Б. Асоціативний потенціал лінгвокультурних концептів у різносистемних мовах: автореф. дис ... канд. філол. наук: 10.02.15. К., 2009. 20 с.
13. Мельник Л. В. Культурно-національна конотація українських фразеологізмів: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 – українська мова. Донецьк, 2001. 18 с.
14. Мізін К. І. Психолінгвістичний експеримент чи соціолінгвістичний моніторинг? Епістемологічні пошуки аксіологічної фразеології. *Мовознавство*. 2008. № 1. С. 67–79.
15. Полгородник Д. Методика експериментального дослідження концептів та її переваги. *Нова філологія*. 2017. № 70. С. 152–158.
16. САМ – Словник античної міфології / Уклад. І.Я. Козовик, О.Д. Пономарів. 2-е вид. Київ: Наук. думка, 1989. 240 с.
17. СУМ – Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970–1980.
18. СФУМ – Словник фразеологізмів української мови / Уклад. В.М. Білоноженко, І.С. Гнатюк, В.В. Дятчук, Н.М. Неровня, Т.О. Федоренко. Київ: Наукова думка, 2003. 788 с.
19. Трачук Л.Ф., Казначеева Л.М. Інструменти невербальної інтернет-комунікації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 1. С. 59–64.
20. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Duden Band 11 / Redaktionelle Bearbeitung Dr. Werner Scholze-Stubenrecht; Angelika Haller-Wolf Herstellung Monika Schoch. Berlin: Dudenverlag. 2013. 929 s.
21. The Oxford Dictionary of Idioms. 2nd ed., revised / Edited by Judith Siefring. New York: Oxford University Press, Incorporated Oct. 2004. 352 s.
22. WSFJP – Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego. URL: <https://frazologia.pl> (дата звернення: 25.06.2023).

References:

1. Bila Ye. S. (2017). Asotsiatyvnyi eksperyment yak zasib piznannia mentalnoi orhanizatsii aromatonimichnoho subfreimu [Associative experiment as a means of learning the mental organization of the aromatonymic subframe]. *Zapysky z onomastyky*. Vyp. 20. S. 41–61. [in Ukrainian].
2. Voitovych V. (2002). Ukrainska mifolohiia [Ukrainian mythology]. Kyiv: Lybid. 664 s. [in Ukrainian].
3. Holubovska I. O. (2011). Aktualni problemy suchasnoi linhvistyky [Actual problems of modern linguistics]: kurs leksii. Kyiv: Kyivskyi universytet. 223 s. [in Ukrainian].
4. ESSKU – Entsyklopedychnyi slovnyk symboliv kultury Ukrainy (2015) [Encyclopedic dictionary of cultural symbols of Ukraine] / za zah. red. V.P. Kotsura, O.I. Potapenko, V.V. Kuibidy. 5-e vyd. Korsun-Shevchenkivskyyi: FOP Havryshenko V.M. 912 s. [in Ukrainian].
5. Karpenko O. Yu. (2005). Asotsiatyvne vyznachennia semantychnoho napovnennia onimichnykh kontseptiv [Associative definition of semantic content of onymic concepts]. Horlivka; Donetsk. 17 s. [in Ukrainian].
6. Karpenko O. Yu. (2005A). Napriamky asotsiatyvnoi identyfikatsii onimiv [Directions of associative identification of onyms]. *Zapysky z romano-hermanskoj filolohii*. Odesa. Vyp. 16. S. 50–66. [in Ukrainian].
7. Karpenko O. Yu. (2005B). Onim u mentalnomu leksykoni: asotsiatyvnyi metod vyznachennia naiavnosti chy vidsutnosti [Onym in the mental lexicon: an associative method of determining presence or absence]. *Mova*. Odesa: Astroprynt. № 10. S. 120–124. [in Ukrainian].
8. Koval A.P., Koptilov V.V. (1975) Krylati vyslovy v ukrainskii literaturnii movi [Phrases in the Ukrainian literary language]. Vyd. 2–e, perer., dopov. Kyiv: Vyshcha shkola. 335 s. [in Ukrainian].
9. Kolesnyk O.S. (2016). Mova ta mif u vymiri mizhdystyplinarnykh studii [Language and myth in the dimension of interdisciplinary studies]: monohrafiia. Chernihiv: Desna Polihraf. 239 c. [in Ukrainian].
10. Kononenko V.I. (2008). Mova u konteksti kultury [Language in the context of culture]: monohrafiia. Kyiv; Ivano-Frankivsk: Plai. 389 s. [in Ukrainian].
11. Levchenko O. (2004). Frazеологична символіка: Лінгвокультурологічний аспект [Phraseological symbolism: Linguistic cultural aspect]: monohrafiia. Lviv: LRIDU NADU. 360 s. [in Ukrainian].
12. Marchuk U. B. (2009). Asotsiatyvnyi potentsial linhvokulturnykh kontseptiv u riznosystemnykh movakh [Associative potential of linguistic and cultural concepts in multi-systemic languages]: avtoref. dys ... kand. filol. nauk: 10.02.15. K.. 20 s. [in Ukrainian].
13. Melnyk L. V. (2001). Kulturno-natsionalna konotatsiia ukrainskykh frazeologizmiv [Cultural and national connotation of Ukrainian phraseological units]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: spets. 10.02.01 – ukrainska mova. Donetsk. 18 s. [in Ukrainian].
14. Mizin K. I. (2008). Psykholinhvistychnyi eksperyment chy sotsiolinhvistychnyi monitorynh? Epistemolohichni poshuky aksiolohichnoi frazeolohii [Psycholinguistic experiment or sociolinguistic monitoring? Epistemological searches of axiological phraseology]. *Movoznavstvo*. № 1. S. 67–79. [in Ukrainian].
15. Polhorodnyk D. (2017). Metodyka eksperymentalnoho doslidzhennia kontseptiv ta yii perevahy [Methodology of experimental study of concepts and its advantages]. *Nova filolohiia*. № 70. S. 152–158. [in Ukrainian].
16. SAM – Slovnyk antychnoi mifolohii (1989) [Dictionary of ancient mythology] / Uklad. I.Ya. Kozovyk, O.D. Ponomariv. 2–e vyd. Kyiv: Naukova dumka. 240 s. [in Ukrainian].
17. SUM – Slovnyk ukrainskoi movy: v 11 tt. (1970–1980) [Dictionary of the Ukrainian language: in 11 volumes] / AN URSR. Instytut movoznavstva; za red. I.K. Bilodida. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
18. SFUM – Slovnyk frazeologizmiv ukrainskoi movy (2003) [Dictionary of Phrases of the Ukrainian language] / Uklad. V.M. Bilonozhenko, I.S. Hnatiuk, V.V. Diatchuk, N.M. Nerovnia, T.O. Fedorenko. Kyiv: Naukova dumka. 788 s. [in Ukrainian].
19. Trachuk L.F., Kaznacheieva L.M. (2023). Instrumenty neverbalnoi internet-komunikatsii [Tools of non-verbal Internet communication]. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia*. № 1. S. 59–64.
20. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. Duden Band 11 (2013) / Redaktionelle Bearbeitung Dr. Werner Scholze-Stubenrecht; Angelika Haller-Wolf Herstellung Monika Schoch. Berlin: Dudenverlag. 929 s. [in German].
21. The Oxford Dictionary of Idioms. 2nd ed., revised (2004) / Edited by Judith Siefring. New York: Oxford University Press, Incorporated Oct. 352 s. [in English].
22. WSFJP – Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego. URL: <https://frazеologia.pl> [in Polish].