

УПЛИВ ВІЙНИ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНУ НА АСОЦІАТИВНЕ ПОЛЕ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ АНТИЧНОГО ПОХОДЖЕННЯ

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія.

Випуск 2 (52)

УДК 811:304:255(38).373:378

DOI:10.24144/2663-6840/2024.2(52).101-110

Луканинець Р. Уплив війни як соціокультурного феномену на асоціативне поле фразеологізмів античного походження; кількість бібліографічних джерел – 13; мова українська.

Анотація. Статтю присвячено експериментальній методиці аналізу концептів – вільному асоціативному експерименту, який було проведено з носіями української мови віком від 10 до 22 років. Вільний асоціативний експеримент є одним із методів, який використовується для вивчення когнітивних процесів, що відображаються в мовленні. Він дозволяє простежити, як мовці організують свої знання про світ, як пов'язують між собою різні концепти, які відмінності у сприйнятті одного й того ж стимульного матеріалу виявляють реципієнти різних вікових та гендерних груп на конкретному часовому відрізку. Виявлено, що загальні кризові зрушення, будь-які суспільно-політичні зміни, як-от війна, змінюють систему координат цінностей лінгвоспільноти, впливають на особливості світосприйняття та мовну картину світу загалом. Простежено вплив російсько-української війни на асоціативне поле фразем *аркадська ідилія*, *рідні пенати*, *витати в емпіреях*, *спочити на лаврах*, *метати громи і блискавки*, *бій титанів* на основі отриманих даних від 1403 респондентів 2022 р. віком від 10 до 22 років. Виявлено зміну конотації на прикладі фразеологізмів античного походження, спричинену російською агресією в Україні. Спостережено послідовне зрушення в асоціативному полі стимулів до ймовірно тимчасових, актуальних на цьому часовому зрізі асоціативів, що реалізують сприйняття дійсності в умовах війни. Виявлено за результатами вільного асоціативного експерименту, що фразеологізми античного походження реалізуються в мовній картині світу українців у межах особливостей ментальності нашого етносу та світосприйняття загалом, ідеалізоване життя сприймається респондентами як утопічне, натомість реалізуючись у базових запитах українців: тиші, спокою, миру, достатку; а міфологічні сутички проєктуються на реальну для мовців боротьбу з ворогом.

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

Формулювання проблеми. Будь-які зміни в соціально-політичному житті народу невідворотно позначаються на мові його представників. «Поступові мовні зміни соціальної стабільності в час соціальних потрясінь пришвидшуються» [Ужченко, Ужченко 2005, с. 169–170]. Відбуваються зрушення не тільки в структурі фразем, найперше змінюється їхня конотація.

Військові дії в будь-якій точці спектру конфлікту породжують наслідки в когнітивній сфері [Дунаєва 2023, с. 84]. Кризові періоди, як-от війна, змінюють систему координат цінностей, спочатку піддаючи сумнівам звичні, згодом допомагають повернутися до традиційних, базових цінностей або відмовитись від них на користь нових. Завершення кризового періоду, стабілізація соціальних умов супроводжуються «інституціоналізацією цінностей, закріпленням їх в якості регулярних і довгострокових соціальних практик, які санкціонуються і підтримуються за допомогою важливих для суспільства норм» [Свідерська 2020, с. 98].

Методи та методика дослідження. Мінімізувати суб'єктивність інтерпретації даних можливо за допомогою експериментальних методик аналізу. Вільний асоціативний експеримент дозволяє реконструювати ментальні зв'язки у свідомості представників певної лінгвоспільноти, виявити зміни у світосприйнятті та особливості категоризації світу респондентів через запропонований стимульний матеріал. Асоціативні реакції віддзеркалюють ціннісні орієнтири нації, особливості індивідуального розуміння стимульного матеріалу та його оцінки

мовцями, одними з перших дають змогу виявити зміни в загальній парадигмі світосприйняття представників певної лінгвоспільноти.

Мета статті – проаналізувати асоціативне поле фразеологізмів античного походження на основі реакцій, отриманих від 1403 респондентів 2022 р. віком від 10 до 22 років на фразеологізми-стимули античного походження; порівняти гендерні та вікові особливості; простежити зміну конотації фразем, спричинену російською агресією в Україні. Відповіді інформантів поділено на дві вікові категорії: 10–14 та 15–22 роки. Збережено гендерний поділ для виявлення відмінностей (чи спостереження їхньої відсутності) у сприйнятті та розумінні стимульного матеріалу.

Виклад основного матеріалу.

АРКАДСЬКА ІДИЛІЯ. Фразеологізм *аркадська ідилія*, означаючи 'гармонійне, безхмарне життя' [Коваль, Коптілов 1975, с. 16], у результаті проведеного експерименту реалізується набагато ширшим за значенням набором асоціативів.

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

Фрагмент асоціативного поля фраземи
аркадська ідилія

(*у дужках подаємо кількість реакцій)

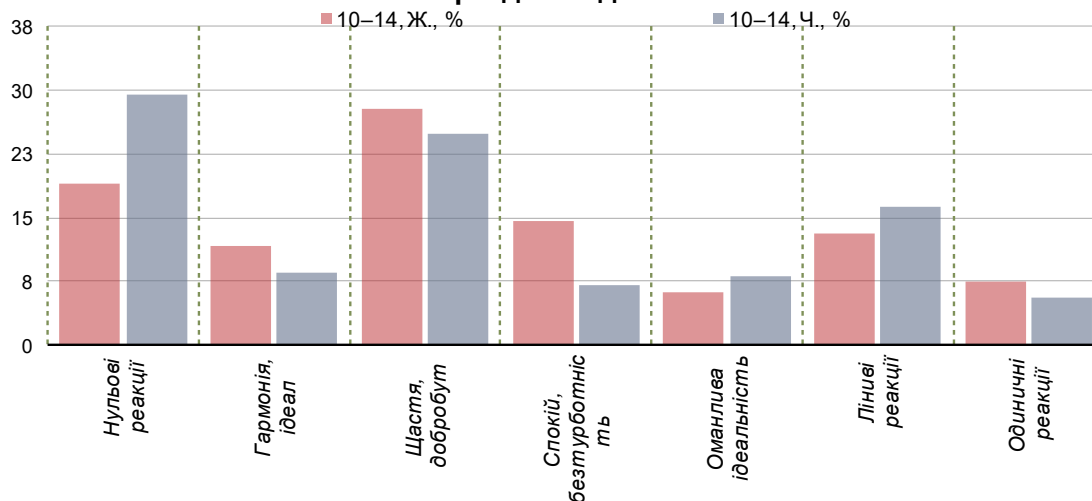
ГАРМОНІЯ (81), ІДЕАЛЬНО (8), ТИША (6), ЩАСТЯ (100), НЕСПРАВЖНЯ (2), СПОКІЙ (82), ЩОСЬ ІДЕАЛЬНЕ (6), ЩАСЛИВЕ ЖИТТЯ (84), УТОПІЯ (6), ЩАСЛИВА КРАЇНА (92),

УКРАЇНА (6), НЕСПОКІЙ (3), УКРАЇНА ДО ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ (1), БЕЗТУРБОТНЕ ЖИТТЯ (10), МИР (12), СВІТ БЕЗ РОСІЇ (1), СПОКІЙНЕ ЖИТТЯ (4), ЗЛАГОДА (3), БЕЗХМАРНЕ ЖИТТЯ (14), ХАОС (5).

В античній міфології Аркадія оспівувалася як країна скотарів та хліборобів, де життя людей проходило в розвагах та безхмарному щасті. По-

дібне гармонійне, ідеалізоване життя як реакція на фразему-стимул простежується у відповідях лише 11,6 % і 8,6 % респондентів вікової категорії 10–14 років та 16,9 % і 11 % у реакціях опитаних вікової категорії 15–22 роки (лексико-семантична група *гармонія, ідеал*) із послідовним переважанням подібних асоціатів у представників жіночої статі.

Аркадська ідилія



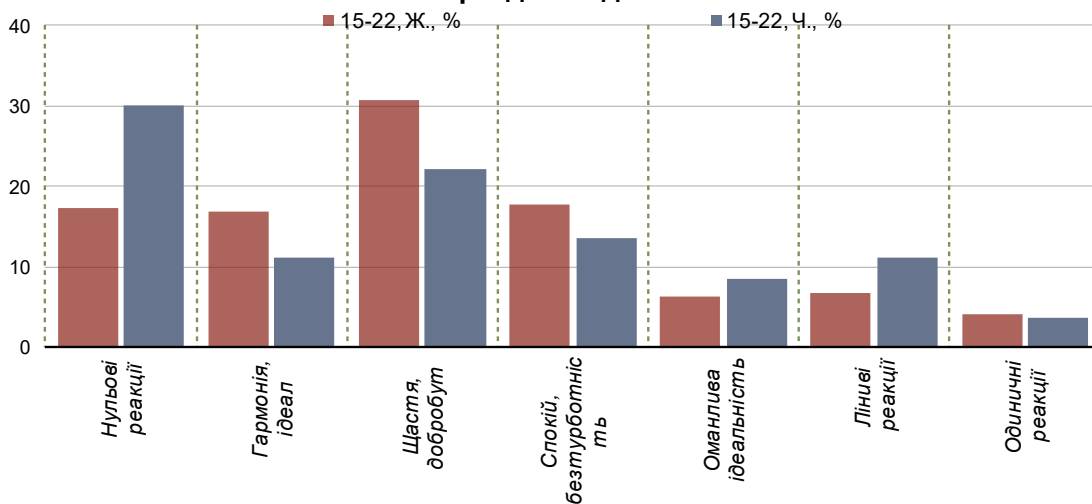
Ядрою у відповідях респондентів обох вікових груп стала натомість лексико-семантична група *щастя, добробут* – 27,9 % і 24,9 % (10–14 р.) та 30,8 % і 22,1 % (15–22 р.). У свідомості значної частини сучасних мовців прекрасне життя асоціюється не з ідеалізованим, утопічним існуванням, а з благополучним життям у щасливій рідній країні, пор.: *щаслива країна; щаслива держава; щасливий край, благополуччя; Україна; достаток; наша Україна, країна достатку* та ін.

Соціально-політичні кризові зрушення та відчуття постійної небезпеки активізують базові цінності як еталон ідеального життя. Звідси – лексико-семантична група *спокій, безтурботність*, що послідовно простежується у відповідях 14,6 % і 7,1 % (10–14 р.) та 17,8 % і 13,6 % (15–22 р.) рес-

пондентів, переважаючи в асоціатах представників жіночої статі. Наприклад: *спокійне життя; все добре; мир, тиша; безтурботне життя; розслаблення; щось стабільне; мир і под.*

Більше того, занадто ідеалізоване життя здається опитаним нереальним, утопічним, формуючи у відповідях обох вікових груп периферійну лексико-семантичну групу з протилежним значенням, яку не фіксують лексикографічні джерела – *оманлива ідеальність* (близько 8 % асоціатів). Песимістичне сприйняття фразеологізму послідовно збільшується у відповідях респондентів чоловічої статі, пор.: *фальшива ідилія; утопія; пропаганда; щось неспокійне, тривожне; неймовірна утопія; гра на виживання; неправжнє або дуже хитке почуття безпеки* та ін.

Аркадська ідилія

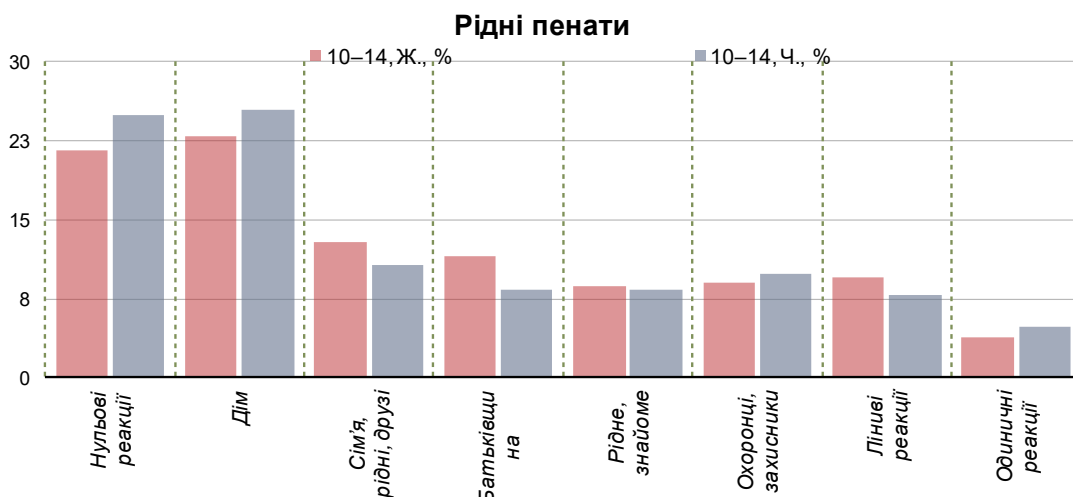


Таким чином, спостерігаємо загалом реалістично-песимістичне розуміння фраземи-стимулу *аркадська ідилія*. Міфологічне ідеалізоване життя сприймається як утопічне, натомість реалізуючись у базових запитах українців: тиші, спокою, щасливої країни і достатку.

РІДНІ ПЕНАТИ. Попри лексикографічне тлумачення фразеологізму *рідні пенати* як ‘рідної домівки’ [САМ 1989, с. 166; СУМ, VI, с. 115], спостерігаємо набагато ширше розуміння стимульного матеріалу респондентами з актуалізацією ментальних особливостей зв’язку українців із рідною землею.

Фрагмент асоціативного поля фраземи *рідні пенати*

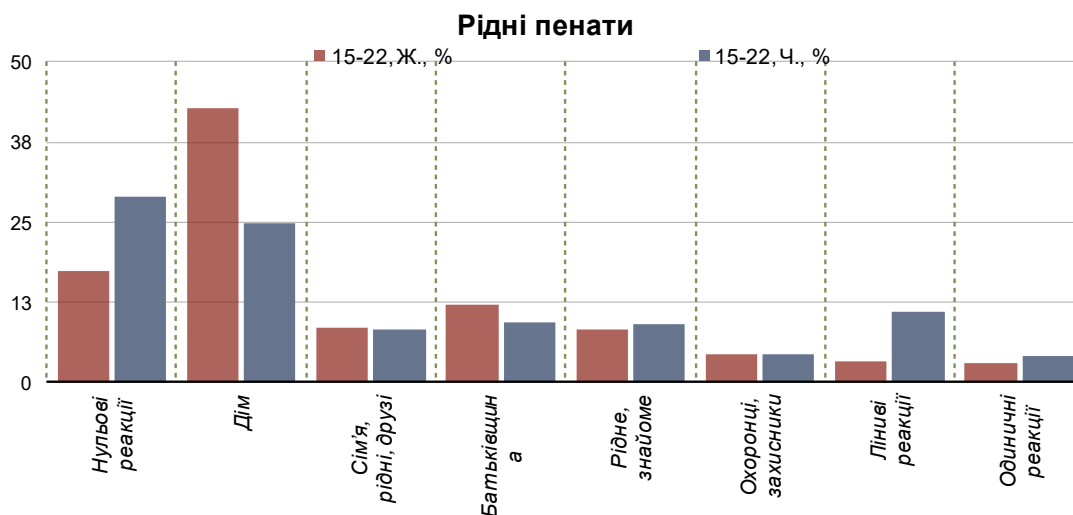
ДІМ (141), БАТЬКІВЩИНА (47), ЗАХИСТ (5), ЩОСЬ РІДНЕ (25), РІДНИЙ КРАЙ (9), ПОВЕРНУТИСЯ ДОДОМУ (23), РІДНЕ МІСТО (9), СІМ’Я (25), РІДНА ЗЕМЛЯ (6), ОХОРОНЦІ (45), ЗНАЙОМЕ (15), ЗСУ (1), РОДИНА (22), ПОВЕРНУТИСЬ ДОДОМУ (5), ЗАСІЯНІ ПШЕНИЦЕЮ ПОЛЯ У СЕЛАХ (1), РІДНИЙ КРАЙ (9), ТАМ ДЕ СПОКІЙ НА ДУШІ (1), РІДНІ СТІНИ (14), ДІМ І БАТЬКІВЩИНА (1), РІДНИЙ ДІМ (87).



Ядровою, відповідно до лексикографічного тлумачення, стала лексико-семантична група *дім* у відповідях респондентів обох вікових груп, збільшуючись майже вдвічі в асоціатах представників жіночої статі старшої вікової категорії, пор.: 23 % (10–14 р.) та 42,8 % (15–22 р.). Спостерігаємо цілісне розуміння *дому* як символу стабільності, затишку та чогось рідного, наприклад: *дім; рідний дім; рідна домівка; власне місце; свій куточок; дім, там де все рідне, знайоме; рідні стіни; рідна хата; оселя; затишша домівка; батьківський дім; свої стіни* та ін.

До того ж, у значній частині респондентів *рідні пенати* асоціюються із людьми, котрі цей *дім* наповнюють – лексико-семантична група *сім'я, рідні, друзі*, подібні реакції послідовно збільшуються у відповідях інформантів меншої вікової групи

(пор.: 8,5 % і 8,3 % (15–22 р.) та 12,8 % і 10,7 % (10–14 р.). Розуміння родини як центру формування дому є відголоском давнього міфу *Роду* як одного з найперших і ключових в українській культурі, що ліг в основу формування української ментальності. Род, згідно з давньоукраїнською міфологією, – творець Всесвіту, бог Життя, Долі, володар Вирію, батько Білобога і Чорнобога, опікун Дерава життя. Слово *род* у стародавніх пам'ятках означає родичів і нащадків, земляків і цілий народ, який утворюється внаслідок *народження* [Войтович 2002, с. 423; Жайворонок 2006, с. 500–501; Плачинда 1993, с. 46]. Це простежується і в результатах вільного асоціативного експерименту, наприклад: *родина; батьки; родинні зв'язки; рідні; спорідненість; душі померлих рідних; друзі; рід; сім'я* та ін.



Емоційність та ціннісна система координат українців формують лексико-семантичну групу *рідне, знайоме*, у якій *рідні пенати* взагалі втрачають зв'язок із чимось конкретним, матеріальним, реалізуючись, натомість, у відчуттях та емоціях (близько 9 % опитаних обох статей та вікових категорій). Наприклад: *рідне; щось не ідеальне, але рідне; прив'язаність; щось знайоме; щось, що близьке людині; турбота; усмішка; душевне; щось приємне, близьке до серця; рідне, не крадене, своє* та ін.

Нерозривний зв'язок українців із землею, антеїзм як ментальна риса світосприйняття формують виразну лексико-семантичну групу *Батьківщина* – 11,5 % і 8,3 % (10–14 р.) та 12,1 % і 9,4 % (15–22 р.). За кількістю асоціатів вона наближається (а у відповідях респондентів старшої вікової групи й переважає) до лексико-семантичної групи *сім'я, рідні, друзі*, що свідчить про глибинну прив'язаність українців до землі та її цінність як місця формування дому. Наприклад: *Батьківщина; рідні краї; рідна місцевість; рідний край; рідна земля; Ужгород; патріотизм; Україна; повернутися до рідного краю* та ін.

Цікаво, що частина респондентів ототожнюють *дім* із *Батьківщиною*, надаючи реакції, співвідносні з обома лексико-семантичними групами (таким чином, розподіл відбувався за першими асоціатами), наприклад: *Батьківщина, домівка; батьківщина, рідне місце; рідний дім, рідне місце; дім, рідні стежки, вулички; рідний дім, рідне місто, Батьківщина, батьківщина, дім; Батьківщина, домівка* і под.

Словосполучення *повернутися додому*, яке послідовно простежується у різних варіантах у відповідях респондентів обох вікових груп, може теж тлумачитися двояко, пор. *додому*: у свій дім, на свою квартиру, до своєї сім'ї; на батьківщину, у рідні місця [СУМ II, с. 345]. Орієнтуючись на пряме значення лексеми *додому* та відповідного лексикографічного тлумачення фразеологізму *рідні пенати* загалом, ми відносили реакції на кшталт *повер-*

нутися додому до лексико-семантичної групи *дім*.

Пряме значення *пенатів* як охоронців родини, дому й батьківщини [САМ 1989, с. 165; СУМ, VI, с. 115] та необхідність захищати власний дім і землю від загарбників формують лексико-семантичну групу *охоронці, захисники*, яка простежується в реакціях інформантів обох вікових груп, проте вдвічі збільшується у відповідях респондентів 10–14 р. (пор.: 9 % і 9,8 % (10–14 р.) та 4,5 % і 4,5 % (15–22 р.)). Наприклад: *захисник; охоронці; охоронці дому; козаки; захищати; боги-охоронці; захищений будинок; обов'язок; ЗСУ; рідні охоронці* і под.

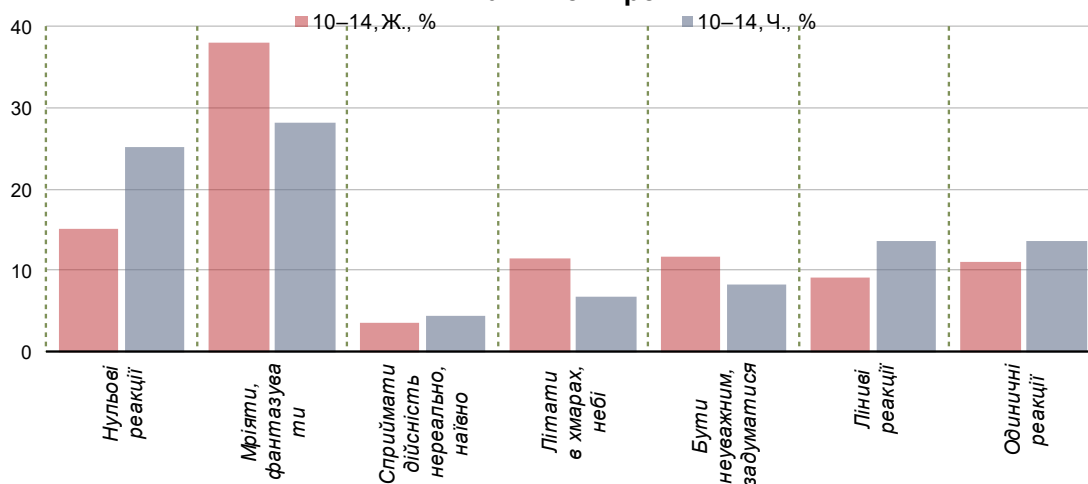
Отже, доходимо висновку, що фразеологізм античного походження *рідні пенати* реалізується в мовній картині світу українців у межах особливостей ментальності нашого етносу та світосприйняття загалом, а тріада *дім – сім'я – Батьківщина* існує невіддільно, формуючи базові ціннісні орієнтири нації.

ВИТАТИ В ЕМПІРЕЯХ. Множинне лексикографічне тлумачення фразеологізму *витати* (*літати, рідко ширяти*) *в хмарах (в небесах, в емпіреях, в небесних (високих) сферах, у позахмарному просторі)* 1) 'сприймати дійсність нереально, наївно'; 2) 'мріяти про щось нездійсненне'; 3) 'перебувати у стані замріяності, втрачати здатність зосередитись на чому-небудь реальному' [ФСУМ 1993, с. 106; Коваль, Коптілов 1975, с. 41] з його варіантними компонентами дає привід для широкого та багатопланового розуміння ФО.

Фрагмент асоціативного поля фраземи *витати в емпіреях*

МРІЯТИ (349), ЗАМРІЯТИСЬ (5), НАЇВНО (4), НЕРЕАЛЬНО (3), БУТИ МРІЙНИКОМ (52), МРІЇ (18), НЕРЕАЛЬНО (8), ЛІТАТИ В ХМАРАХ (27), ЛОВИТИ ЇАВ (14), БУТИ НЕУВАЖНИМ (8), ХМАРИ (8), ЗАДУМАТИСЬ (12), ВИТАТИ В ДУМКАХ (3), ФАНТАЗУВАТИ (39), ЛІТАТИ В МРІЯХ (12), НАЇВНО ЩОСЬ СПРИЙМАТИ (1), КРИЛА (3), ФАНТАЗІЯ (4), ВІДВОЛІКАТИСЬ (3), ЗАДУМАТИСЯ (6).

Витати в емпіреях



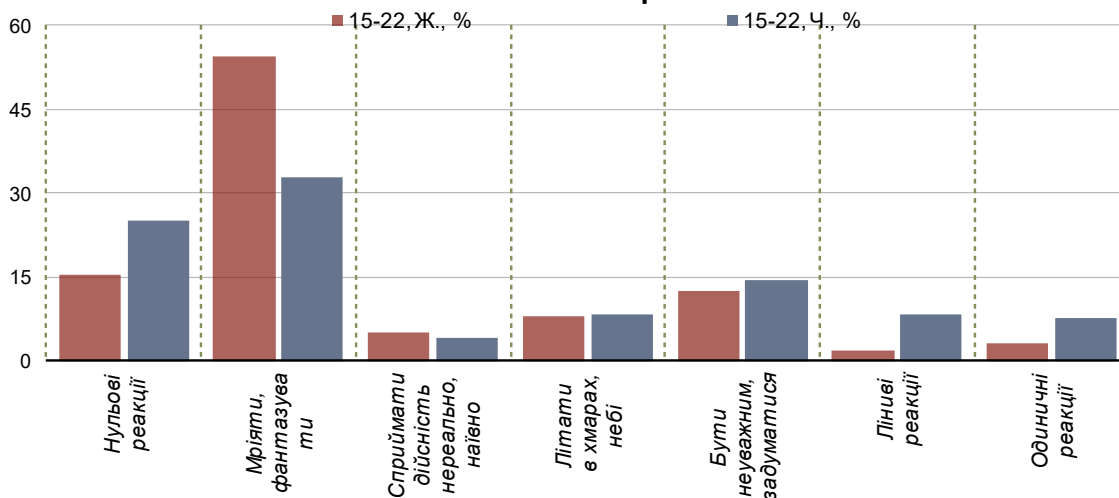
Ядровою за результатами експерименту стала лексико-семантична група *мріяти, фантазувати*, що окреслює загалом позитивне розуміння фраземи та частково збігається з другим значенням лексикографічного тлумачення. Яскравіше подібні асоціати простежуються у відповідях

респондентів жіночої статі, збільшуючи цей розрив у реакціях старшої вікової групи, пор.: 38 % і 28,2 % (10–14 р.) та 54,3 % і 32,7 % (15–22 р.). Наприклад: *мріяти; замріятися; мрійливість; фантазувати; бути мрійливим; бути щасливим; втілення мрій; мрійник* та ін.

Натомість простежуємо доволі незначний відсоток реакцій, суголосний першому значенню лексикографічного тлумачення – лексико-семантична група *сприймати дійсність нереально, на-*

івно, пор.: 3,5 % і 4,4 % (10–14 р.) та 4,9 % і 4 % (15–22 р.). Наприклад: *наївність; наївна людина; відірваний від життя; безрозсуддя; ілюзія; легковажність; жити в нереальному світі* тощо.

Витати в емпіреях



Варіантність фразеологізму *витати в емпіреях* та власне саме значення *емпіреїв* як верхньої частини неба, наповненої вогнем, формує лексико-семантичну групу *літати в хмарах, в небі* (11,5 % і 6,8 % (10–14 р.) та 7,9 % і 8,1 % (15–22 р.)), яка виявляється синонімічними, символічними, суміжними тощо реакціями, наприклад: *літати в хмарах; літати в небі; хмари; сьоме небо; висота; крила; небо у вогні; політ; небо* та ін.

Третє словникове значення частково реалізується в лексико-семантичній групі *бути неуважним, задуматися*, пор.: 11,8 % і 8,3 % (10–14 р.) та 12,6 % і 14,3 % (15–22 р.), набуваючи тут загалом негативної конотації бездіяльності, розсіяності. Наприклад: *ловити тав; бути неуважним; бути розсіяним; розгубленість; не розуміти нічого; заплутатися; бити байдики; мозок в дурмані; зануритись в свої думки* тощо.

Отже, попри розлоге лексикографічне тлумачення фразеологізму з численними варіантними

компонентами, спостерігаємо загалом позитивну конотацію асоціативного поля фраземи, вичленовуючи все різноманіття значень.

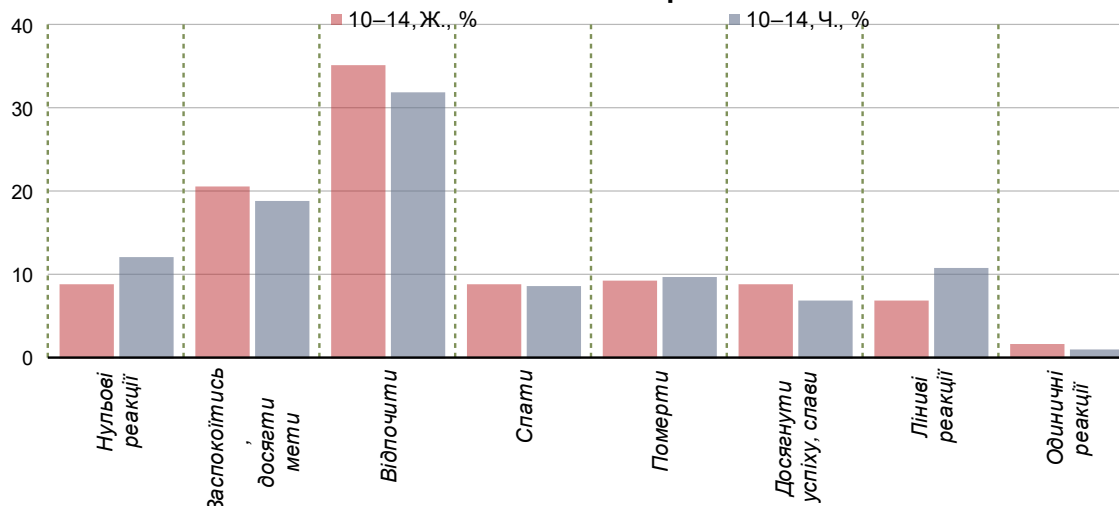
СПОЧИТИ НА ЛАВРАХ. Фразеологізм, відповідно до лексикографічного тлумачення, означає ‘заспокоюватися, задовольнятися досягнутими результатами, наслідками’ [СФУМ 2003, с. 684; СУМ, IV, с. 430; ФСУМ/Уж., с. 86; Коваль, Коптілов 1975, с. 141].

Фрагмент асоціативного поля фраземи спочити на лаврах

ЗАСПОКОЇТИСЯ (56), СПОКІЙ (52), СПАТИ (71), ПОМЕРТИ (122), ЗАСПОКОЮВАТИСЯ (49), НАСОЛОДЖУВАТИСЯ УСПІХОМ (38), ПЕРЕМОГА (16), СЛАВА (15), ДОБИТИСЬ СЛАВИ (1), ВІДПОЧИНОК (73), БУТИ СПОКІЙНИМ (4), ВІДПОЧИТИ (120), НАСОЛОДЖУВАТИСЯ СЛАВОЮ (5), РОЗСЛАБИТИСЯ ПІСЛЯ ПЕРЕМОГИ (2), ВІДПОЧИВАТИ (89), ГЕРОЇЧНА ЗАГИБЕЛЬ (1).

Ядровою та найбільш продуктивною вияви-

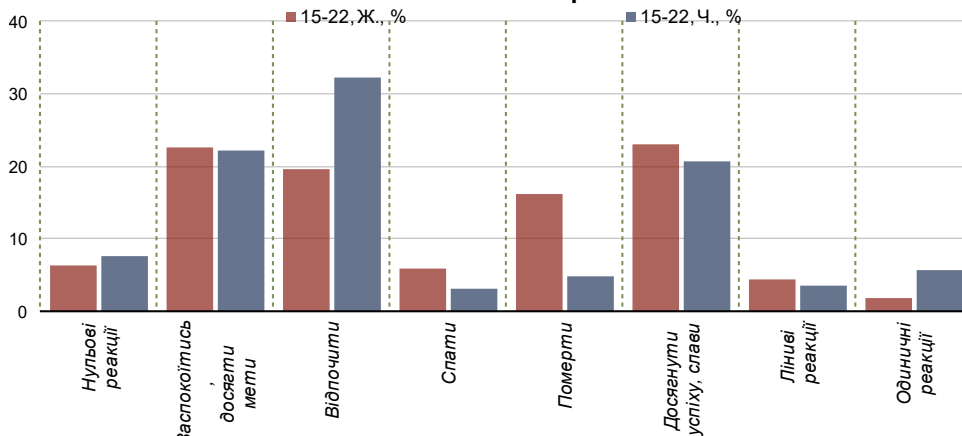
Спочити на лаврах



лася лексико-семантична група *відпочити*, пор.: 35,2 % і 32 % (10–14 р.) та 19,6 % і 32,3 % (15–22 р.). Активізацію подібних асоціатів пояснюємо розумінням відпочинку як заслуженої винагороди після досягнутої мети і лексичним значенням компонента *спочити* – ‘те саме, що відпочити’ [СУМ IX, с. 583]. Наприклад: *відпочивати; розслабитися після перемоги; байдикувати; відпочинок після досягнення чогось; відпочинок* тощо.

Лексикографічне тлумачення фраземи реалізується в ядровій лексико-семантичній групі *заспокоїтись, досягти мети*, пор.: 20,5 % і 18,9 % (10–14 р.) та 22,6 % і 22,2 % (15–22 р.). Водночас спостерігаємо сіми досягнення кінцевої мети як передумови завершення справ: *заспокоїтись; задовольнитися досягнутим; досягнути мети; досягти мети, скласти руки; досягнути омріяної мети, визнаної оточенням; нічого не робити після перемоги в будь-чому* тощо.

Спочити на лаврах



Образ-символ *лаврів*, означаючи успіх, славу та визнання, активізується в лексико-семантичній групі *досягнути успіху, слави*, у якій відсутня конотація завершеності чи відходу від справ. Спостерігаємо збільшення подібних асоціацій у відповідях респондентів старшої вікової групи вдвічі порівняно з молодшою з незначною перевагою в реакціях опитаних жіночої статі, пор.: 23,1 % і 20,6 % (15–22 р.) та 8,9 % і 6,8 % (10–14 р.). Наприклад: *успіх; насолоджуватися успіхом; перемога; слава; виграти; бути відомим; отримати винагороду за досягнення* тощо.

Периферійними з актуалізацією лексичних значень компонента *спочити* – 2) спати; 3) бути мертвим, лежати в могилі [СУМ IX, с. 583] виявилися лексико-семантичні групи *спати* та *померти*. В опитаних молодшої вікової групи подібні асоціати не переважають 10 % у відповідях обох статей обидвох груп, пор.: *спати* – 8,9 % і 8,7 %; *померти* – 9,2 % і 9,7 % (10–14 р.). Натомість спостерігаємо неоднорідність актуалізації подібних асоціацій в опитаних старшої вікової групи, пор.: *спати* – 6 % і 3,2 %; *померти* – 16,2 % і 4,8 % (15–22 р.).

Таким чином, попри виразно негативну конотацію фразеологізму в лексикографічних дже-

релах та віднесення його до концептосфери *негативних дій, учинків людини*, спостерігаємо за результатами вільного асоціативного експерименту загалом позитивне розуміння фраземи *спочити на лаврах* як нагороди за досягнення мети, насолоди від успіху та слави, заслуженого відпочинку після перемоги.

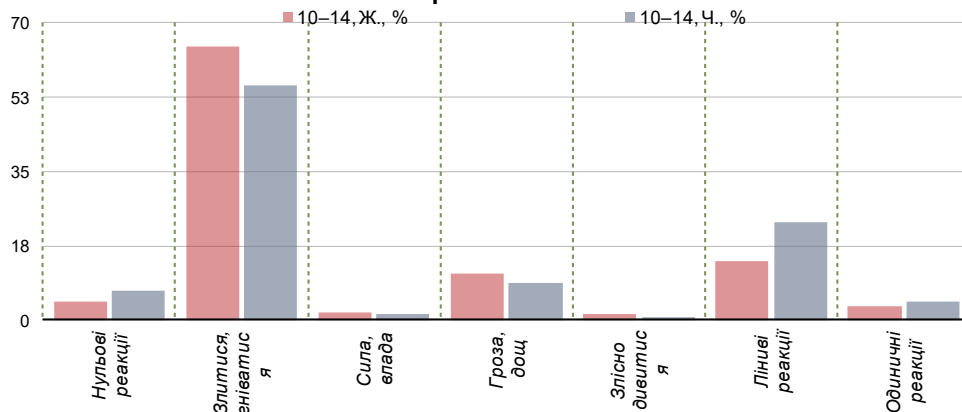
МЕТАТИ ГРОМИ І БЛИСКАВКИ. Фразеологізм має подвійне значення: 1) ‘гнівно, роздратовано говорити, писати про кого-, що-небудь; критикувати, ляяти когось’ [СФУМ 2003, с. 385; Забіяка 2012, с. 57; ФСУМ/Уж., с. 37]; 2) ‘виглядом виражати гнів, обурення, незадоволення кимсь, чимсь; сердито дивитися’ [ФСУМ 1993, с. 484; Забіяка 2012, с. 57].

Фрагмент асоціативного поля фраземи

метати громи і блискавки

ЗЛИТИСЯ (210), ГНІВАТИСЯ (63), ВЛАДА (3), ЗЕВС (130), ГРОЗА (20), ГНІВАТИСЬ (22), ПРОНИЗУЮЧИЙ ПОГЛЯД (2), ЗЛИТИСЬ (116), БУТИ ЗЛИМ (57), АГРЕСІЯ (7), БУТИ ВСЕМОГУТНИМ (1), ПОГАНА ПОГОДА (12), ПЕРУН (8), НЕРВУВАТИ (4), БОРОТИСЯ ЗА ПЕРЕМОГУ (1), СЕРДИТИСЯ (66), СВАРИТИСЯ (24), ЗЛІСТЬ (68), ЛЮТУВАТИ (14), БУТИ РОЗЛЮЧЕНИМ (13), СЕРДИТИСЬ (30), РОЗСЕРДИТИСЯ (4).

Метати громи і блискавки



Єдиною ядровою лексико-семантичною групою, яка підтверджує перше лексикографічне значення фраземи, є *злитися, гніватися*, що виявляє найбільший відсоток реакцій у межах однієї групи серед усіх аналізованих фразем-стимулів та послідовно збільшується у відповідях респондентів жіночої статі, пор.: 64,5 % і 55,3 % (10–14 р.) та 80,9 % і 64,1 % (15–22 р.).

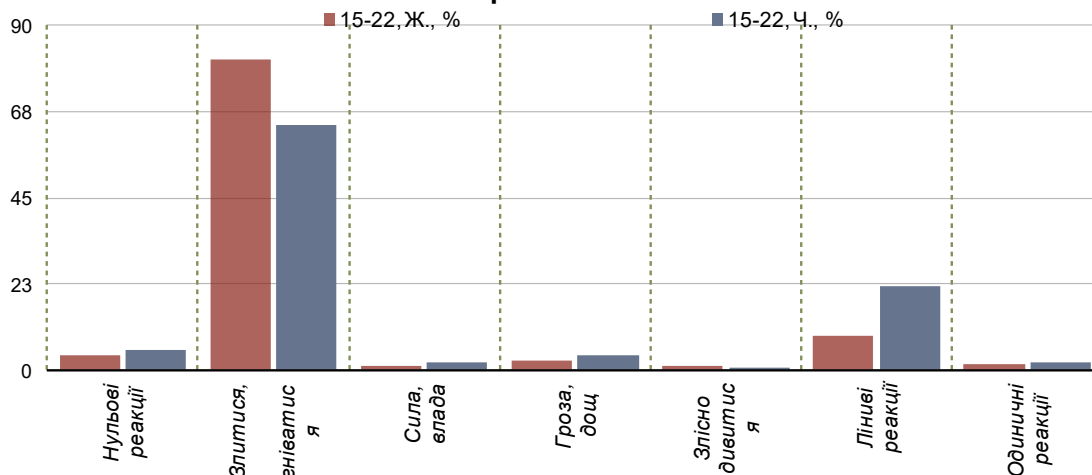
Попри наявність однієї ядрової групи та недостатньо сформованої периферії, не вважаємо, що фразеологізм має низький асоціативний потенціал, адже лексико-семантична група має значне не тільки кількісне, а і якісне наповнення та відзначається підвищеною емоційністю. Наприклад: *злитися; гніватися; бути злим; сильно нервувати; агресія; бути імпульсивний, агресивним; говорити роздратовано; різко висловлюватись; все троцити; когось лаяти; палахкотіти злістю; бути в розпалі; істерити; бути буйним; бушувати; драгуватися; скаженіти* тощо.

Друге лексикографічне тлумачення фраземи (*сердито дивитися*) реалізується в лексико-семан-

тичній групі *злісно дивитися* і виявляється мінімально у відповідях обох вікових категорій з незначною перевагою в асоціатах респондентів жіночої статі, пор.: 1,3 % і 0,5 % (10–14 р.) та 1,1 % і 0,4 % (15–22 р.). Подібний мінімальний асоціативний потенціал цієї лексико-семантичної групи дає підстави стверджувати, що таке розуміння фраземи не актуалізується сучасними мовцями на нинішньому часовому зрізі.

Попри те, що походження фразеологізму *метати громи і блискавки* може виводитися як із запозиченого міфологічного образу Зевса, який очолював давньогрецький пантеон, так і з образу Перуна – давньоукраїнського божества грому і блискавки, результати вільного асоціативного експерименту в межах лексико-семантичної групи *лінивих реакцій* вказують на те, що сучасні мовці асоціюють стимул із давньогрецьким верховним богом, а не власне українським, пор. кількість реакцій: *Зевс (130); бути Зевсом (6); алюзія на Зевса (1); храм Зевса (1) та Перун (8); Перун – верховний над усіма богами (1)*.

Метати громи і блискавки



З образом божества, що має достатню владу, аби карати і посилати громи і блискавки на тих, хто розчарував його, пов'язана лексико-семантична група *сила, влада*, яка входить до периферії асоціативного поля фраземи та складає приблизно 2 % від загальної кількості реакцій в опитаних обох вікових груп.

Отже, спостерігаємо загалом однозначне розуміння фразеологізму *метати громи і блискавки*, що відзначається різноманітністю та емоційністю наповнення ядрової лексико-семантичної групи та виводить походження вислову з давньогрецької міфології.

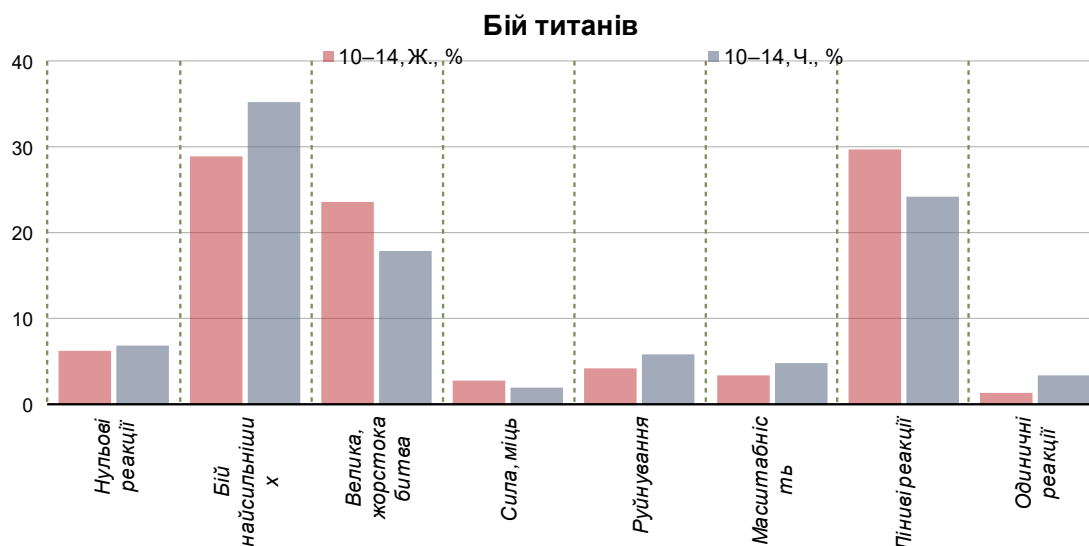
БІЙ ТИТАНІВ. Фразеологізм означає 'боротьбу велетенських сил' [Коваль, Коптілов 1975, с. 273] і в межах вільного асоціативного експерименту реалізується значною варіантністю асоціацій.

Фрагмент асоціативного поля фраземи бій титанів

БИТВА НАЙСИЛЬНІШИХ (6), ВИДОВИЩЕ (4), БІЙ СИЛЬНИХ (22), ВІЙНА (85), БІЙ НАЙСИЛЬНІШИХ (10), ЖОРСТОКІСТЬ (4), ВЕЛИКА БИТВА (15),

БОРОТЬБА ВЕЛЕТЕНСЬКИХ СИЛ (22), БОРОТЬБА ВЕЛИКИХ СИЛ (33), СИЛА (19), РУЙНУВАННЯ (5), СМЕРТЬ (8), АПОКАЛІПСИС (2), БІЙ НА РІВНИХ (2), БІЙ БОГІВ (13), ФІЛЬМ (52), КІНЕЦЬ СВІТУ (2), СУТИЧКА НАЙСИЛЬНІШИХ (3), ВЕЛИКА БОРОТЬБА (9).

Ядровою у відповідях обох вікових груп та статей з незначними відмінностями, відповідно до лексикографічного тлумачення, є лексико-семантична група *бій найсильніших*, пор.: 28,9 % і 35,3 % (10–14 р.) та 29,2 % і 26,4 % (15–22 р.). Визначальним є не тільки кількісне, а й різноманітне якісне наповнення цієї групи, наприклад: *боротьба чогось великого; боротьба великих; бій між сильними людьми; боротьба розумних людей; бій сильних сторін; бійка між сильними людьми; сутичка обдарованих людей; боротьба велетенських сил; бій сильних суперників* тощо. Спостерігаємо також реакції, спроектовані на сучасне суспільно-політичне становище, наприклад: *війна між Україною та росією; Азов; АТО; битва України та РФ; Україна та росія; Америка і росія* тощо.

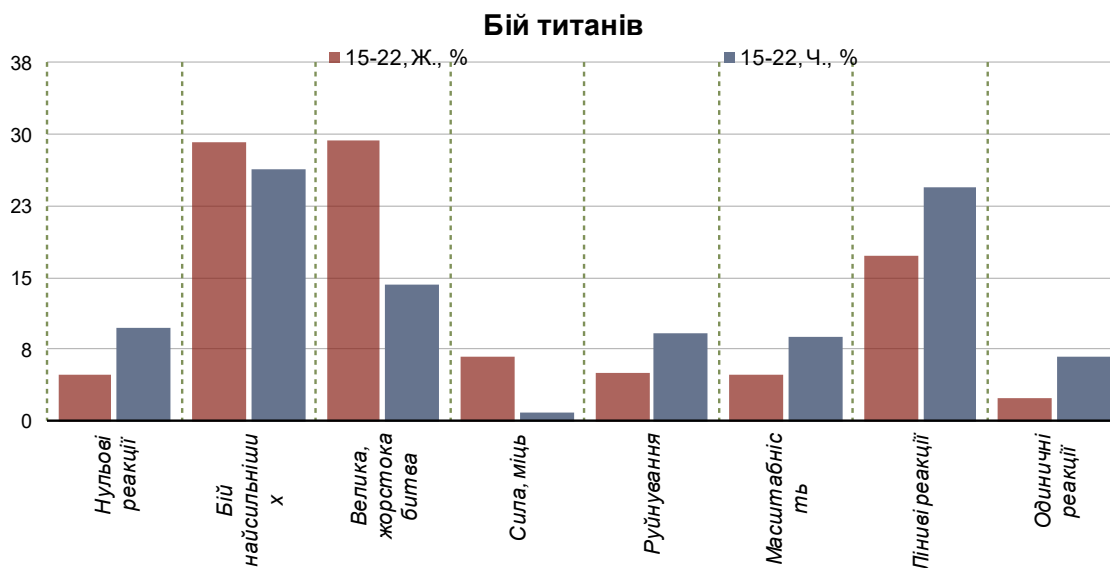


До ядрових асоціацій також належить лексико-семантична група **велика, жорстока битва**, у якій актуалізується сема небезпеки, жорстокості, тривалості боротьби, незалежно від її учасників. Подібні реакції переважають у відповідях респондентів жіночої статі, цей розрив збільшується в асоціагах старшої вікової категорії, пор. 23,7 % і 17,9 % (10–14 р.) та 29,4 % і 14,2 % (15–22 р.). Наприклад: *велика боротьба; запекла битва; жорстока боротьба; тяжкий бій; небезпечна бійка; запеклий бій* тощо. Виділяється кількісно в цій лексико-семантичній групі, порівняно з іншими, асоціат *війна* – 85 реакцій.

Для того, аби бути учасником потужного бою, необхідні певні навички та риси вдачі, які реалізуються в периферійній лексико-семантичній групі

сила, міць, що активніше виявляється у відповідях представників жіночої статі, особливо у старшій віковій категорії, пор.: 2,7 % і 1,9 % (10–14 р.) та 6,8 % і 0,8 % (15–22 р.). Наприклад: *сила; сила, міць; розумна людина; сила, могутність; могутність; велич* та ін.

Будь-яка битва несе за собою руйнування та великі, часто непоправні наслідки. Проекція фразеологізму на сучасні мовцям наслідки війни, яку вони спостерігають, формує лексико-семантичні групи **руйнування** та **масштабність**, які активніше виявляються в реакціях опитаних чоловічої статі обох вікових груп, пор.: **руйнування** – 4,1 % і 5,8 % (10–14 р.) та 5,1 % і 9,1 % (15–22 р.); **масштабність** – 3,3 % і 4,8 % (10–14 р.) та 4,9 % і 8,7 % (15–22 р.).



Асоціації в лексико-семантичній групі **руйнування** виражають не тільки фізичну руйнацію чогось, а й зміни емоційного стану людини після чи в процесі жорстокої боротьби, наприклад: *кровопролиття; вибухи; страх; спустошення; лють; розруха; руйнування; безвихідь; смерть; хаос; знищення всього; шум; руйнація* тощо.

Численні асоціати в межах лексико-семантичної групи **лінійних реакцій** співвідносять фразеологізм з будь-якою бійкою чи битвою загалом, наприклад: *бій; битва; боротьба; спір* тощо.

Спостерігаємо розуміння фразеологізму **битва титанів** у межах проведеного експерименту не просто як битву сильних особистостей, а як бороть-

бу, частиною якої є самі мовці, яка має наслідки, виявляє жорстокість та приносить смерть і руйнацію.

Висновки. Отже, вільний асоціативний експеримент є вдалим інструментом дослідження мовної картини світу певної лінгвоспільноти. Він дозволяє простежити актуалізацію стимулів на певному часовому зрізі та виявити додаткові конотації, не зафіксовані в тлумачних та фразеологічних словниках.

За результатами психолінгвістичного експерименту доходимо висновку про те, що асоціативне поле фразеологізмів виявляється послідовно набагато ширшим, аніж його лексичне значення.

Індивідуальні особливості сприйняття стимульного матеріалу, вплив суспільно-політичних зрушень, розвиток прогресу та вільний доступ до інформації формують позитивну динаміку розвитку асоціативного поля фразеологізмів античного походження, а загальносуспільні кризові чинники послідовно відображаються в мові представників української лінгвоспільноти. Російська агресія в Україні змінює систему цінностей мовців. Міфологічні, фантастичні, матеріальні асоціації поступаються місцем базовим потребам спокою, миру, достатку в рідній країні.

Література

1. Войтович В. Українська міфологія. Київ: Либідь, 2002. 664 с.
2. Дунаєва Л. Трансформація цінностей українців в контексті аналізу риторики Президента України В. Зеленського. *Політичне життя*. 2023. № 4, с. 84–88.
3. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури: Словник-довідник. Київ: Довіра, 2006. 703 с.
4. Забіяка В.А. Світ фразеологізмів. Етимологія, тлумачення, застосування: практ. посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2012. 304 с.
5. Коваль А.П., Коптілов В.В. Крилаті вислови в українській літературній мові (вид. 2-е, перер., допов.). Київ: Вища школа, 1975. 335 с.
6. Плачинда С.П. Словник давньоукраїнської міфології. Київ: Укр. Письменник, 1993. 63 с.
7. САМ 1989: Словник античної міфології / Уклад. І.Я. Козовик, О.Д. Пономарів; вступ. стаття А.О. Білецького; відп. ред. А.О. Білецький. 2-е вид. Київ: Наукова думка, 1989. 240 с.
8. Свідерська О. Соціально-психологічні чинники політичних цінностей української молоді у контексті сучасних реалій. *Вісник Національного університету оборони України*. 2020. № 3 (56). С. 96–101.
9. СУМ: Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970–1980.
10. 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.
11. Ужченко В.Д., Ужченко Д.В. Фразеологія сучасної української мови: Посібник для студентів філологічних факультетів вищих навчальних закладів. Луганськ: Альма-матер, 2005. 400 с.
12. ФСУМ/Уж.: Ужченко В.Д., Ужченко Д.В. Фразеологічний словник української мови. Київ: Освіта, 1998. 224 с.
13. ФСУМ: Фразеологічний словник української мови / Уклад.: В.М. Білоноженко та ін. Київ: Наукова думка, 1993. 984 с.

References

1. Voitovych V. (2002) *Ukrainska mifologia* [Ukrainian Mythology]. Kyiv: Lybid. 664 s. [in Ukrainian].
2. Dunayeva L. (2023) Transformaciya cinnostey ukrainciv v konteksti analizu rytoryky Prezydenta Ukrainy V. Zelenskoho [The Transformation of the Values of Ukrainians in the Context of the Analysis of the Rhetoric of the President of Ukraine V. Zelensky]. *Politychne zhyttya*. № 4. S. 84–88 [in Ukrainian].
3. Zhaivoronok V.V. (2006) *Znaky ukrainskoi etnokultury: slovnyk-dovidnyk* [Signs of Ukrainian Ethnoculture]. Kyiv: Dovira. 703 s. [in Ukrainian].
4. Zabiayaka V.A. (2012) *Svit frazeologizmiv* [The World of Phraseological Units]. Etymologiya, tлумachennya, zastosuvannya: prakt. posibnyk. Kyiv: VC «Akademiya». 304 s. [in Ukrainian].
5. 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].
6. Plachynda S.P. (1993) *Slovnyk davnoukrainskoi mifologii* [Dictionary of Ancient Ukrainian Mythology]. Kyiv: Ukr. Pysmennyk. 63 s. [in Ukrainian].
7. SAM – Slovnyk antychnoi mifologii (1989) [Dictionary of ancient mythology] / Uklad. I.Ya. Kozovyk, O.D. Ponomariv. 2–e vyd. Kyiv: Naukova dumka. 240 s. [in Ukrainian].
8. Sviderska O. (2020) *Sotsialno-psykholohichni chynnyky politychnykh tsinnostei ukrainskoi molodi u konteksti suchasnykh realii* [Socio-Psychological Factors of Political Values of Ukrainian Youth in the Context of Modern Realities]. *Visnyk Nacionalnogo universytetu oborony Ukrainy*. № 3 (56). S. 96–101 [in Ukrainian].
9. 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].
10. SFUM – Slovnyk frazeolohizmiv 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].
11. Uzhchenko V.D., Uzhchenko D.V. (2005) *Frazeologia suchasnoi ukrainskoi movy* [Phraseology of the

Modern Ukrainian Language]: Posibnyk dlya studentiv filolohichnykh fakultetiv vyshchykh navchalnykh zakladiv. Luhansk: Alma-mater. 400 s. [in Ukrainian].

12.FSUM/Uzh.: Uzhchenko V.D., Uzhchenko D.V. (1998) Frazelohichnyi slovnyk ukrainskoi movy [Phraseological Dictionary of the Ukrainian Language]. Kyiv: Osvita. 224 s. [in Ukrainian].

13.FSUM: Frazelohichnyi slovnyk ukrainskoi movy (1993) [Phraseological Dictionary of the Ukrainian Language] / Uklad.: V.M. Bilonozhenko ta in. Kyiv: Naukova dumka. 984 s. [in Ukrainian].

THE INFLUENCE OF WAR AS A SOCIOCULTURAL PHENOMENON ON THE ASSOCIATIVE FIELD OF PHRASEOLOGICAL UNIT OF ANCIENT ORIGIN

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 free associative experiment is one of the methods used to study cognitive processes reflected in speech. It allows you to trace how speakers organize their knowledge about the world, how they connect different concepts, what differences in the perception of the same stimulus material are revealed by recipients of different age and gender groups at a specific time interval. It was found that general crisis shifts, any socio-political changes, such as war, change the coordinate system of values of the language community, affect the peculiarities of world perception and the language world model in general. The dynamics and impact of the Russian-Ukrainian war on the associative field of the phrase *Arcadian idyll, own penates, soar in the empires, rest on one's laurels, throw thunder and lightning, battle of the titans* are traced based on the data obtained from 1,403 respondents in 2022 aged 10 to 22 years. It was found the change of connotation caused by the Russian aggression in Ukraine is traced using the example of phraseological units of ancient origin. It was observed that a consistent shift in the associative field of stimuli to probably temporary, relevant at this time slice, associates that implement the perception of reality in war conditions. According to the results of a free associative experiment, it was found that phraseological units of ancient origin are realized in the language picture of the world of Ukrainians within the limits of the peculiarities of the mentality of our ethnic group and worldview in general, idealized life is perceived by the respondents as utopian, instead being realized in the basic demands of Ukrainians: silence, peace, peace, prosperity; and mythological clashes are projected onto the real fight against the enemy for the respondents.

Keywords: associative experiment, types of reactions, incentives, phraseological unit, myth, mythology.

© Луканинець Р., 2024 р.

Рената Луканинець – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри української мови Ужгородського національного університету, Ужгород, Україна; renata.lukanynets@uzhnu.edu.ua; <https://orcid.org/0000-0002-9286-2702>

Renata Lukanynets – Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Ukrainian Language Department, Uzhhorod National University, Uzhhorod, Ukraine; renata.lukanynets@uzhnu.edu.ua; <https://orcid.org/0000-0002-9286-2702>