

---

# СУГЕСТИВНА ЛІНГВІСТИКА

## КОМУНІКАТИВНА ЛІНГВІСТИКА

---

УДК 81'29'37=161.2

DOI: <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2023.30.283885>

**Т. Ю. Ковалевська,**

*д-р філол. наук, проф.,*

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова,  
завідувачка кафедри української мови та мовної підготовки іноземців;*

**Ю. В. Швець,**

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова,  
аспірантка кафедри української мови та мовної підготовки іноземців*

### АСОЦІАТИВНИЙ ФОН КЛАСИЧНИХ ГУСТАТИВІВ

Започатковуючи проєкт ємної асоціативної кваліфікації національного густаторного фонду, у запропонованій розвідці здійснено асоціативний експеримент, де стимулами виступали українські густативи, виокремлені з творів української класичної літератури. Це дало змогу встановити важливі складники української кулінарної культури в їхній психолінгвістичній інтерпретації, унаочнити актуальний асоціативний фон лексики на позначення їжі та питва, виявити унікальність лінгвоментальних рис українців у густаторному фокусі сприйняття сучасних респондентів. **Метою** якої є експериментальне встановлення асоціативного фону класичних українських густативів. Сформульована мета передбачала виконання таких завдань: виокремити базові густаторні маркери з контекстів творів української літератури; провести ВАЕ на матеріалі зафіксованих густативів; схарактеризувати отримані слова-реакції за критеріями частотності; на основі отриманих характеристик з'ясувати асоціативний фон густативів та його можливі перетини з лінгвоментальними рисами українців та специфікою української гастрономічної культури.

Об'єктом статті є густаторні маркери в їхній психолінгвістичній інтерпретації. Предметом дослідження є отримані асоціації на стимули-густативи. Джерельною базою нашої розвідки є тексти творів української художньої літератури «Енеїда» І. П. Котляревського і «Кайдашева сім'я» І. Нечуя-Левицького, а фактичним матеріалом - 5 найчастотніших густативів: *борщ, брага, бублик, варенуха, вино*

У статті зроблено висновки про те, що проведений аналіз текстів «Енеїди» І. П. Котляревського і «Кайдашевої сім'ї» І. Нечуя-Левицького дав підстави казати про актуальність густаторної лексики в цих творах та її важливу роль у створенні національного колориту. Використані в асоціативному експерименті густативи дали

підстави встановити їхній асоціативний фон, виявити динаміку пріоритетів в асоціюванні (ядрові/периферійні) та зв'язків між стимулами-густативами та реакціями в структурі внутрішнього лексикону респондентів (парадигматичні/синтагматичні), що в цілому ілюструє лінгвоментальні риси українців та їхню культурологічну специфіку на рівні харчосмакових експлікацій.

**Ключові слова:** густативи, психолінгвістика, асоціативний експеримент, асоціація, асоціативний фон, слово-стимул, слово-реакція, мовна картина світу українців.

**T. Yu. Kovalevska,**

*ScD, Professor,*

*Odesa National University named after I. I. Mechnikov,*

*Ukrainian Language and Foreigners' Language Training Department Head;*

**Yu. V. Shvets,**

*Odesa National University named after I. I. Mechnikov,*

*Postgraduate Student of the Department Ukrainian Language*

*and Foreigners' Language Training*

## THE ASSOCIATIVE BACKGROUND OF CLASSICAL GUSTATES

After the launch of the associative qualification project of the national gustatory fund, the proposed study conducted an associative experiment, where the stimuli were Ukrainian gustators extracted from works of Ukrainian classical literature. This made it possible to identify important components of Ukrainian culinary culture in their psycholinguistic interpretation, to illustrate the current associative background of vocabulary for food and drink, to reveal the uniqueness of linguamental features of Ukrainians in the gustatory focus of perception of modern respondents. **The purpose** of our study is to experimentally establish the associative background of classical Ukrainian gustators. The formulated goal was to perform the following **tasks**: to isolate basic gustatory markers from the contexts of Ukrainian literature; to conduct a FAE on the material of recorded gustatives; to characterise the obtained reaction words according to the frequency criteria; on the basis of the obtained characteristics, to find out the associative background of gustatives and its possible intersections with the linguamental features of Ukrainians and the specifics of Ukrainian gastronomic culture. **The object** of the article is gustatory markers in their psycholinguistic interpretation. **The subject** of the study is the obtained associations to gustatory stimuli. **The source material** of our research is the texts of the Ukrainian fiction works «Eneyida» by I. P. Kotliarevskyi and «The Kaydashev Family» by I. Nechuy-Levytskyi, and the **actual material** is the 5 most frequent gustators: *borsch, braga, bublik, varenuшка, vino*. The analysis of the texts «Eneyida» and «The Kaydashev Family» has given grounds to speak about the relevance of gustatory vocabulary in these works and its important role in the creation of the national sign. These gustates gave

grounds to establish their associative background, to reveal the dynamics of priorities in association (core/peripheral) and the connections between stimuli-gustates and reactions in the structure of the respondents' internal lexicon (paradigmatic/syntagmatic), which in general illustrates the linguamental features of Ukrainians and their cultural specificity at the level of food-flavour interpretations.

**Key words:** gustates, psycholinguistics, associative experiment, association, associative background, word-stimulus, word-response, linguistic picture of the world of Ukrainians.

**Постановка наукової проблеми та її актуальність.** Дослідження густаторної лексики української мови демонструє національну культуру харчосмакування як вагомий складник національної мовної та й концептуальної картини світу в цілому, що, у свою чергу, акцентує на важливості вивчення цього сегмента лінгвоментального комплексу нашого народу, адже «так само, як наші розмова, вираз обличчя та дії за спільним столом здатні відобразити настрій, наміри і стосунки з людьми, їжа транслює смаки, уподобання, переконання й ідентичності. Їжа — це також мова, яка розповідає про нас...Наша кухня є нашим голосом, гордістю й виразником культури і цінностей» [7, с. 7]. Використання ж методу вільного асоціативного експерименту (далі ВАЕ) дає можливість виявити усталену архітектуру сприйняттєвих пріоритетів гастрономічних уподобань українців, оскільки «ВАЕ виявляється досить простим і водночас ефективним засобом досліджень у психолінгвістиці. Він дає «живий» матеріал для побудови асоціативних полів певних понять, реконструкції фрагментів мовної та концептуальної картин світу» [16, с.1]. У процесі проведення ВАЕ «... респондентові пропонується відповісти на перелік т. зв. стимулів першим словом, яке спало йому на думку. Така відповідь респондента на стимул в термінології використовується під терміном реакція» [36, с.72], яка унаочнює імпліковані маркери світогляду особистості, її ціннісні пріоритети, асоціативні зв'язки у внутрішньому лексиконі особистості як представника певної лінгвокультурної спільноти тощо: «Словесні асоціації є результатом сприйняття індивідумом об'єктивної дійсності через призму власного життєвого досвіду, його культурного й соціального рівня, належності до певної етнічної групи» [32, с. 22]. Вчені довели, що «Асоціації виникають на підставі рефлексу реагування на відповідні стимули, виступаючи "спонтанною" експлікацією глибинних мисленневих структур, .... що свідчить про максимально складну психолінгвістичну й нейрофізіологічну природу феномену асоціювання, його імплікований, латентний характер» [20, с.140].

Сьогодні українські психолінгвісти активно займаються різноаспектним дослідженням асоціацій. Так, Т. Ковалевська [22] дослідила значення онімних асоціатів у рекламному дискурсі, а також уклала асоціативний словник рекламних слоганів у співавторстві з Н. Кутузою [25] й асоціативний словник української рекламної лексики у співавторстві з Г. Сологуб та О. Ставченко [21], де доведено, що «асоціації є своєрідним експлікатором інтернальної архітектоніки в статурних інваріантах семантичних

зв'язків та віртуальній діяльності смислових варіацій, що доводить необхідність поглибленого вивчення процесів і результатів асоціювання» [21, с.4]; Г. Єфимчук проаналізувала соціолінгвальні особливості концепту ARROGANCE у британській картині світу і зауважила, що «Асоціативний експеримент дав нам змогу отримати багатий мовний матеріал, який є набором когнітивних ознак досліджуваного концепту. Характер асоціацій залежав від віку, географічних умов, професії учасників експерименту ... Велика частина асоціацій зумовлена мовними штампами, кліше» [18, с.79]; О. Гошовська [14] продемонструвала покровоку модель проведення асоціативного експерименту на прикладі концепту VIPA; І. Мілева та М. Ходаківська виявили асоціативні особливості сприйняття різних лексичних груп [27]; Т. Недашківська, підкреслюючи глибинний характер результатів асоціювання, наголосила, що «Асоціативний експеримент, на відміну від решти методів, дає можливість «зазирнути» у свідомість і здійснити спробу визначити значимість тих чи інших подій, уявлень, нових понять тощо» [28, с.30]; К. Близнюк додала, що «Для досягнення валідності результатів під час підготовки та проведення експерименту дослідникові потрібно брати до уваги велику кількість факторів: тип слова-стимулу (загальноживаність, частина мови, граматичні ознаки), психоемоційний стан респондентів, їхні соціометричні дані ..., умови проведення дослідження» [4, с. 37]; Є. Васянович і Н. Дубовик проаналізували особливості проведення ВАЕ в умовах пандемії із залученням різних онлайн-платформ [9]; В. Рибалка вивчив особливості розвитку професіоналізму і майстерності особистості методом ВАЕ [31] тощо. Отже, можемо зробити висновок про високий ступінь актуальності ВАЕ в сучасному українському мовознавстві.

Зарубіжні дослідники теж дуже продуктивно опрацьовують цю проблематику. Так, німецькі учені С. Еверт і Г.Лапеса у статті «FAST: A carefully sampled and cognitively motivated dataset for distributional semantic evaluation» зазначили, що вільні асоціації містять ментальну інформацію, а отже, є прекрасним майданчиком для вивчення семантичних репрезентацій [33, с. 588]; словацька дослідниця Ж. Жарноцайова [35] описала найважливіші етапи формування ВАЕ та спрогнозувала ризики експериментаторів під час проведення опитування респондентів; О. Сандгрєн, Є.-К. Саламе й У. Неттельбладт та інші [34] дослідили мовлення шведських дітей із порушеннями мовного розвитку методом асоціативного експерименту; чеські науковці М. Кушка і Р. Трнка (2016) застосували у своєму дослідженні метод ВАЕ для отримання ідентифікації уявлення людей про СВІТ та СЕБЕ [26] тощо.

Таким чином, метод асоціативного експерименту вважається ефективним засобом пізнання глибинної організації шарів людської свідомості, що, у свою чергу, корелює з проблемою вивчення національної ментальності, мовної та концептуальної картин світу (див. праці Ж. Колоїз, Т. Вільчинської, В. Кононенка, М. Кочергана, О. Кульбабської, Г. Лукаш, Ж. Соколовської та ін.), вагомим складником якої і виступає густаторна лексика. Намагаючися виявити найхарактерніші для українців густативи, ми щонайперше звернулися до класичних джерел, зокрема до творів І. Котлярєвського та І. Нечуя-Левицького, у яких така лексика максимально виразною

національний колорит, даючи змогу зрозуміти, усвідомити вагу і специфіку цього сегмента в лінгвоментальному культурологічному просторі українців. Так, «Енеїда» І. Котляревського демонструє зразок синтезу різних сфер життя нашого народу, побут, культуру, звичаї, гастрономічні вподобання українців як символ давньої й неповторної харчосмакової культури нашого великого народу: «"Енеїда" – це справжня енциклопедія життя українського народу, його мови» [15]. В соціально-побутовій повісті «Кайдашева сім'я» І. Нечуя-Левицького віддзеркалено майстерність українців у приготуванні й споживанні їжі та напоїв, яка перепліталася з календарно-обрядовою творчістю наших предків: «Дивуєшся тій кількості їжі, яку селяни споживають за столом! Це справжні гедоністично-їстівні оргії. Письменник ніби милується цим здоровим поглинанням їжі» [19, с. 60].

Започатковуючи проект ємної асоціативної кваліфікації національного густаторного фонду, виокремлені густативи як базові в харчосмаковій традиції українців ми застосували як стимули у проведенні асоціативного експерименту, що дало змогу встановити важливі складники української кулінарної культури в їхній психолінгвістичній інтерпретації, унаочнити актуальний асоціативний фон лексики на познчення їжі та питва, виявити унікальність лінгвоментальних рис українців у густаторному фокусі сприйняття сучасних респондентів. Наведене визначає **актуальність** пропонованої статті, **метою** якої є експериментальне встановлення асоціативного фону класичних українських густативів. Сформульована мета передбачала виконання таких **завдань**:

- 1) виокремити базові густаторні маркери з контекстів творів української літератури;
- 2) провести ВАЕ на матеріалі зафіксованих густативів;
- 3) схарактеризувати отримані слова-реакції за критеріями частотності;
- 4) на основі отриманих характеристик з'ясувати асоціативний фон густативів та його можливі перетини з лінгвоментальними рисами українців та специфікою української гастрономічної культури.

**Об'єктом** статті є густаторні маркери в їхній психолінгвістичній інтерпретації.

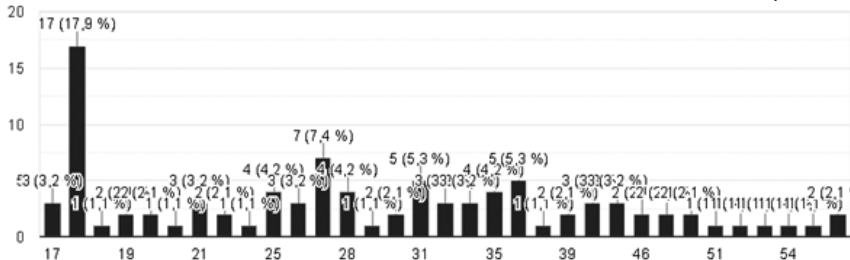
**Предметом** дослідження є отримані асоціації на стимули-густативи. **Джерельною базою** нашої розвідки є тексти творів української художньої літератури «Енеїда» І. П. Котляревського і «Кайдашева сім'я» І. Нечуя-Левицького, а **фактичним матеріалом** – 5 найчастотніших густативів: *борщ, брага, бублик, варенуха, вино*. Під час нашого наукового дослідження ми послуговувалися такими **загальнонауковими методами**: *аналіз і синтез, описовий та кількісний* – для обробки, обґрунтування, систематизації й узагальнення результатів нашого дослідження, *суцільна вибірка* – для формування фактичної бази. У межах **спеціальних лінгвістичних методів** прислужилися *метод компонентного аналізу* – для з'ясування семантичної структури зафіксованих лексем, *контекстуально-інтерпретаційний* – для виявлення їхньої ролі в аналізованих текстових пощинах, *метод ВАЕ* – для отримання слів-реакцій учасників експерименту на запропоновані густативи.

**Наукова новизна** статті зумовлена поглибленням уявлень про психолінгвістичну природу класичних густаторних презентацій. **Теоретична цінність** розвідки визначається її внеском у вивчення проблем національної лінгвоментальності, психолінгвістичних інтепретацій актуальних лексичних груп української мови, їхніх сугестійних систематик, національної лінгвокультурологічної специфіки, лінгвістики тексту та ін. **Практичне значення** полягає в тому, що проаналізований фактичний матеріал може бути використаний під час написання кваліфікаційних робіт із філології, а також у викладанні лекційних курсів із психолінгвістики, лінгвокультурології, сугестивної лінгвістики, сучасної української мови та проведенні відповідних практичних занять.

**Виклад основного матеріалу.** Для проведення ВАЕ нами були детально проаналізовані тести «Енеїди» І. Котляревського і «Кайдашевої сім'ї» І. Нечужа-Левицького, у межах яких вокремлено 5 найчастотніших густативів – **борщ, брага, бублик, варенуха, вино** (кожен маркер зафіксований понад 5 разів). Напр., **борщ** (рідка страва, що вариться з посічених буряків, капусти з додатком картоплі та різних приправ [1]): «*Візьми ж, моє серце, начисть картоплі на борщ та накриши буряків, а я ось зараз встану та покажу тобі, як борщ накладатъ*» [ 29, с.12]; **брага** (спиртний напій різної міцності, рід пива [1]): «*Тут з салом галушки глитали, Лемішку і куліш глитали, І брагу кухликом тягли*» [ 24, с.6]; **бублик** (круглий крендель із заварного тіста, що має форму кільця [1]): «*Матушка дала бабиним унукам коржиків та бубликів, печених з сахаром*» [ 29, с.53]; **варенуха** (горілка, зварена з медом і сухими фруктами та ягодами [1]): «*А послі танців варенухи по филижанці піднесли*» [ 24, с.11]; **вино** (напій з виноградного або з деяких інших ягідних та плодкових соків, що перебродили, набувши певної алкогольної міцності й аромату [1]): «*Та всякі водяться потрави, Які на світі тільки єсть: Пивце, винце, медок, горілка*» [24, с. 86].

Надалі виокремлені густативи були запропоновані для асоціювання як слова-стимули для подальшої викристалізації їхньої психолінгвістичної специфіки. ВАЕ проведено серед студентів, аспірантів, викладачів та людей інших професій, яким було запропоновано анонімно заповнити анкети в гугл-формі (прикріплюємо посилання на анкету нашого дослідження [https://docs.google.com/forms/d/1ossPxx\\_t4F6gjhpbXqRxxYQDhp2ekT0QEtsB0hCmAsc/edit](https://docs.google.com/forms/d/1ossPxx_t4F6gjhpbXqRxxYQDhp2ekT0QEtsB0hCmAsc/edit)) та подати найперші асоціації, які виникають у них на запропоновані густативи. В анкеті ВАЕ було зазначено такі обов'язкові для заповнення пункти, як **вік, рідна мова, стаття, фах** опитуваних. Загалом в експерименті взяли участь 95 респондентів (не всі респонденти надавали відповіді на ВСІ питання) віком від 17 до 60 років, а саме: 17 років – 3 учасників, 18 – 18, 19 – 2, 20 – 3, 21 – 3, 22 – 2, 23 – 1, 24 – 3, 25 – 4, 26 – 3, 27 – 7, 28 – 4, 29 – 1, 30 – 2, 31 – 5, 32 – 3, 34 – 3, 35 – 4, 37 – 5, 38 – 1, 39 – 2, 40 – 3, 43 – 3, 46 – 2, 47 – 2, 48 – 2, 51 – 1, 52 – 1, 53 – 1, 54 – 1, 58 – 1, 60 – 2. Отже, найбільша кількість учасників ВАЕ є **віком** 18 років – 18 людей (19 % від загальної кількості учасників), що свідчить про зацікавленість молодіжної аудиторії в участі у науковому експерименті. Проаналізовані дані вікової категорії учасників продемонстровані на прикладі діаграми 1.

Діаграма 1.



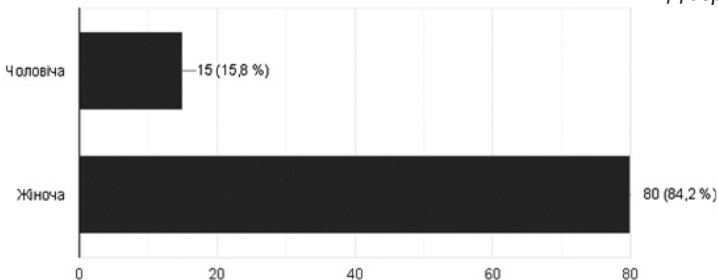
За показником **мовних уподобань** маємо 65 учасників, які зазначили рідною мовою українську, українська/російська (в анкеті було зазначено «у побуті») – 4, російська – 20, болгарська – 2, болгарська/українська – 2, чеська – 1. Один респондент не вказав рідну мову. Отже, переважна більшість, а саме 65 учасників ВАЕ (68,6 %) є носіями української мови, що дає підстави ідентифікувати унікальні риси української харчосмакової культури на рівні її сучасного сприйняття. Проаналізована інформація за мовними показниками респондентів зафіксована в діаграмі 2.

Діаграма 2.



Відповідно до пункту на позначення **статі** опитуваних нами було зафіксовано 15 осіб чоловічої статі (15,8% від загальної кількості респондентів) та 80 жіночої статі (84,2%), що ілюструє більшу зацікавленість жіночої аудиторії в участі в експерименті та представлено у вигляді діаграми 3.

Діаграма 3.



За показником **фахової** належності респондентів нами було отримано 70 відповідей (25 осіб не вказали свій фах). Найбільше серед учасників експерименту представників освітянської сфери (філологів – 11, викладачів/учителів мови/літератури – 10, студентів – 5), також є економісти, правники, медики, моряки та ін. Характерно, що гуманітарії відзначилися поданням асоціацій метафоричного характеру, напр.: *борщ – Батьківщина, бублик – дитинство, вино – гнів* тощо, ілюструючи в такий спосіб креативність та схильність до творчого мислення, тобто «здатність породжувати незвичні ідеї, відходити від традиційних схем мислення, швидко вирішувати проблемні ситуації. Креативність розглядається як найважливіший і відносно незалежний чинник обдарованості» [30, с. 128].

Необхідність первинної систематизації отриманих реакцій зумовила їх розподіл насамперед за критерієм частотності - ядрові та периферійні та структурних відношень між стимулом та реакцією – парадигматичні та синтагматичні (В. Левицький, Л. Калмикова). У межах кожного стимула за критерієм частотності виокремлено **ядрові** (не менше 3-х повторюваних реакцій) асоціації та **периферійні** (менше 3-х повторюваних реакцій), де до ядрових ми уналежнювали повторювані однокореневі реакції чи різні морфологічні форми того ж самого асоціата, якщо вони виявляли ту ж саму семантичну доміную асоціювання. На рівні структурних відношень виокремлено **«парадигматичні** асоціації, коли реакція відрізняється від стимулу не більше, ніж однією семантичною ознакою (напр. високий – низький); **синтагматичні**, у яких стимул і реакція знаходяться в підрядних відношеннях (напр. небо – синє)» [35, с. 80].

Наводимо результати проведеного вільного асоціативного експерименту.

## **БОРЩ (62)**

**ядрові реакції:** пампушки, з пампушками, пампушки з часником (7 асоціацій); червоний (6); смакота, смачний, смачно, смачненький (5); сало, сало і часник (5); сметана (4); український (5).

**периферійні реакції:** *буряк (2), їжа (2), перша страва (2), страва (2), суп (2), Україна (2), ароматний, бабуся, Батьківщина, борщ, веганський, з м'ясом, капуста, Клопотенко, котлета, люблю, мама, мамин найсмачніший!, наваристий, національний, не люблю, обід, рідний, солодкий.*

В результаті опису найчастотніших слів-реакцій на густатив **борщ** можемо виокремити таку лінгвоментальну рису українців, як **хазяйновитість**, а саме вміння готувати **смачні** страви, які поцінують у всьому світі. Дослідники зазначають, що «своєрідним маркером української традиційної кулінарії є борщ, рецептів котрого відомо безліч» [11, с. 44] і нещодавно «ЮНЕСКО вніс український борщ до переліку об'єктів нематеріальної культурної спадщини, яка потребує охорони. Українська національна страва опинилась у компанії узбецького і таджицького плову (внесені у 2016 році), вірменського лаваша (2016), азербайджанської долми (2017), неаполітанської піци (2017) тощо. Наявність у цьому списку доводить, що та чи інша страва є своєрідним етнокультурним феноменом, символом національної культури, вар-



тим дослідження і захисту. Таким відтепер офіційно є й український борщ» [6], тому недарма в учасників БАЕ виникає ще одна найчастотніша асоціація - *український*. Принагідно відзначимо й **емоційність** респондентів (пор.: *смаченький, смакота* та ін., що виявляється і на рівні периферійних реакцій, ілюструючи заальну стратегію світсприйняття українців. Асоціація *червоний* відбиває знання рецепту національної страви українців, де ключову роль відіграє один із найважливіших інгредієнтів – буряк, що забарвлює бульйон: «*Візьми ж, моє серце, начисть картоплі на борщ та накриши буряків, а я ось зараз встану та покажу тобі, як борщ накладати*» [29, с. 12]. Асоціації ж *пампушки, сало, сметана* та ін. максимально уяскравлюють смакову палітру борщу, обрамлюють його, вони з'явилися на основі української традиції приготування, сервірування й подачі борщу, саме тому у свідомості учасників БАЕ вони виринають паралельно: «Найпоширенішими з цієї традиційної страви в Україні є український, пісний з грибами та квасолею, весняний холодний. Готують борщі з м'ясом, грибами, ковбасою, **додаючи сметану**. Пісний борщ з грибами заправляють олією з **часником**, а до борщу **подають пампушки**, политі олією з часником, або пірїжки з м'ясом і капустою» [5]: «*Кайдашиха помолилась Богу й почала знов навчати невістку, як наливають борщ, як затовкувать, коли кидати сало*» [29, с. 12]. Решта реакцій належить до **периферійних**, які ілюструють особистісні сприйняття респондентів або ж увиразнюють провідні мотиви ядрових реакцій на рівні індивідуальних конструктів.

Зазначимо, що парадигматичні і синтагматичні реакції переважно пов'язані з конкретизацію інгредієнтів страви, виявленням *свого* оцінного ставлення до неї (і такі реакції переважають), що ілюструє важливість висловлення власної позиції та її емоційне обрамлення. Ці реакції в цілому розподілилися практично нарівно: парадигматичні: *бабуся, Батьківщина, буряк, їжа, капуста, Клопотенко, котлета, обід, пампушки* та ін. синтагматичні: *ароматний, веганський, з м'ясом, з пампушками, люблю, мамин найсмачніший, наваристий, національний, не люблю, рідний, смачний* та ін.

### **БРАГА (73)**

**ядрові реакції:** дріжджі (4), самогон, самогонка (4); кисла, кисле, кислий (4); алкоголь (3); пиво (3); Прага (3);

**периферійні реакції:** *горілка (2), не знаю (2), фу (2), ?, абрикоси, армія, бабуся, бабуся (робила її), батько, бідон, бочка, брага, бродити, будь-який, вечір, вино, відьмацька порча, головний біль, грає, жовта, запах, зелена, келих, кізяки, козак, коричнева, краще не вживати, ладушки, лихо, молоко, напій, недобра, незнайома каша, пінка, продукт бродіння, прокислий компот, п'янка, ріка, Русь, село, сік, соловка, спиртне, спрага у якомусь місті Європи, тісто, улюблений напій батька, хміль, чоловік, щось скисло*). Ядрові реакції (та й периферійні більш розмаїто) ілюструють **майстерність** українців у виготовленні різних алкогольних напоїв, обізнаність респондентів у рецептах приготування напою **браги**, де ключову роль відіграють дріжджі, оскільки цей напій отримували внаслідок процесу бродіння: «Можливо,

у якомусь значенні це могла бути "закваска" для традиційного самогону. "Брага" від "бродити, бродіння" [23, с. 118], цим же можна пояснити і отриману реакцію *кислий*, оскільки брага під час бродіння набуває характерного кислого смакового відтінку. Асоціація *самогон/самогонка, алкоголь* є не менш популярними серед наших респондентів, адже «щоб отримати самогон, потрібна брага. Цей алкогольне сусло буває різної міцності, робиться з різних продуктів. Брага для самогону з цукру – найбільш простий і доступний спосіб приготувати початковий спиртової напій для подальшої дистиляції» [2]. Слово-реакція *ливо* віддзеркалює паралельність вжитку цих двох напоїв (брага, пиво) українцями: «Лише спільність у технології приготування браги і пива (процес бродіння) могла поєднувати ці два напої»: «І кубками пили слив'янку, Мед, пиво, брагу, сирівець» [24, с. 10]. Решта периферійних асоціацій стосується або деталізації виготовлення браги, або оцінного ставлення до вживання цього напою, як правило, – доволі негативного, що ілюструє стримане ставлення сучасних респондентів до надміру у вживанні будь-яких алкогольних напоїв тощо.

Парадигматичних реакцій фіксуємо набагато більше – 65 (*абрикоси, армія, бабуся, батько, бідон, бочка, бродити* та ін.); синтагматичних – лише 8 (*грає, жовта, зелена, кисла, коричнева, недобра, п'янка, солодка*).

### БУБЛИК (73)

**ядрові реакції:** *дірка, дірочка, з дірочкою / з діркою (11); круглий (5); мак / з маком (4); чай (4); смак, смаколик, смачний, смачно (5); дитинство (3); хліб (3);*

**периферійні реакції:** *бабуся (2), діти (2), коло (2), твердий (2), борошно, бублик, бублик перед очима, ведмідь, випічка, в'язка, з маслом, каблучка, кермо, колишній хлопець, куля, кунжут, люблю, маленький сухий такий, молоко, немовля гризе його, нуль, обручка, Одеса, одеський, паляниця, «Папині доньки», пес, печиво, пустота, різдвяний, солодкий, сонце, сушка, тор.*

Ядрові реакції переважно виникають у зв'язку з формою стимула («бублик – це круглий крендель із заварного тіста, що має **форму кільця**» [1]), що проєктується і на більшість парадигматичних реакцій (напр.: *дірка, дірочка, каблучка, кермо, коло, куля, нуль, обручка, сонце, тор*), і на певну кількість синтагматичних (напр.: з *дірочкою/з діркою, круглий*). Такі реакції ілюструють активність **візуального мислення** при сприйнятті зовнішніх стимулів, що «забезпечує інтенсивність пізнавальної діяльності через розвиток зорового сприйняття, уяви, інтуїції ...ки розпізнавання образів, їхньої інтерпретації та репрезентації» [17, с. 261]. Асоціації *дитинство, мак/з маком, чай* віддзеркалюють своєрідні минулі трансівні стани (НЛП), що виразняють позитивну оцінність густатива: «*Принесла з базару бабу бублика онучку, – Я гостинчика купила, – тиче йому в ручку .. Доки м'яли та лизали (бублик – Т.К.) батько, дід і мати, на гостинці не лишилось маку ні зерняти ... Дісталася онучаті від бублика дірка*» [13], «*Матушка дала бабим унукам коржиків та бубликів, печених з сахаром*» [29, с.53]. Слово-реакція *хліб* ілюструє не лише усвідомлене шанобливе ставлення до хлібу, який «постав наріжним каменем у матеріальній та

духовній культурі українського етносу» [12, с. 199], а й різноманітність страв із борошна в українській кулінарії: «Крім буханців хліба, в українській національній кухні відомо безліч інших хлібобулочних виробів: бабки, **бублики**, булки, вертути, дивні, завиванці, калачі, книші, коржі, короваї, лежні, ломанці, мандзарі, паляниці, паски, пироги, рогаляки, стульники, стовпці, шишки, шулки тощо» [11, с. 19].

Периферійні реакції найчастіше деталізують візуальні пріоритети ядрових.

У межах парадигматичних і синтагматичних реакцій фіксуємо (як і в попередньому випадку) пріоритет перших – 61 (*бабуся, борошно, ведмідь, випічка, в'язка, дірка, дитинство, діти, каблучка, кермо* та ін..) над другими – 12 (*з дірочкою / з діркою, з маком, з маслом, круглий, люблю, маленький сухий такий, немовля гризе його* та ін.).

## **ВАРЕНУХА (75)**

**ядрові реакції:** переважна більшість – це спільнокореневі лексеми від густа-тива: *вареничка, варення/наваристе варення/варення зі стажем*) (4), *вареник (-и)* (4), *варити* (2), *щось варене* (2) *варена, варена уха, варене, варений, варенуха,* – загалом 17 подібних реакцій; *алкоголь/алкогольний узвар* (4); *горілка* (3); *Булгаков, «Майстер і Маргарита» / герой роману «Майстер і Маргарита»* (4); *напій* (3);

**периферійні реакції:** *козаки* (2), *міцна* (2), *мед / медовуха* (2), *картопля / картошка* (2), *ароматна, бабця, відсутньо, гірко, груша, джинси, «Енеїда», жовта, Закарпаття, Західна Україна, казан, каструля, кисіль, коренуха, кукурудзяний чоп, лихо, наркотик, не знаю, п'янка, прянощі, самогон, село, сива, слива, сметана, страва, творог, українське національне щось, фрукти, фу, хреновуха*)), *чарка, чув, шинок, щось солодке, я не знаю, що це,* – (відповідь відсутня). Ядрові асоціації найчастіше пов'язані з процесом термічної обробки варенухи й знову ж такі ілюструють **майстерність українців у приготуванні алкогольних напоїв**, адже за визначенням тлумачного словника «варенуха – це горілка, **зварена** з медом і сухими фруктами та ягодами» [1]. Ядрові слова-реакції *алкоголь, горілка, напій* також унаочнюють знання традиції культури споживання алкогольних напоїв: «Дехто з заможних господарів додавав до варенухи трохи **горілки**. У XIX ст. горілки на урочистостях вживали мало і варенуха успішно її заміняла. Цей **напій** був у великій пошані і в запорозьких козаків» [23, с. 118]. Асоціації ж, пов'язані з романом М. Булгакова «Майстер і Маргарита», стосуються його другорядних образів, які «стали символами часу. Вони уособлюють не завжди позитивних, але і не до крайності негативних персонажів. Саме такий образ **Варенухи** в «Майстер і Маргарита»» [8], що і визначає його пріоритетність для певної кількості респондентів. Решта периферійних реакцій переважно стосується або уявлень респондентів про локалізацію цього напою, або певних супроводжувальних його вживання продуктів, або синонімічних алкогольних виробів тощо.

Як і у двох попередніх випадках, фіксуємо кількісну перевагу парадигматичних реакцій – 68 одиниць і конструкцій (*алкоголь, горілка, Булгаков, гірко, груша* та ін.) над синтагматичними – 7 асоціантів (*ароматна, жовта, міцна, п'янка, сива, «Енеїда»* та ін.).

## ВИНО (74 )

**ядрові реакції:** *червоне/червоне напівсолодке* (9); *виноград* (4); *алкоголь* (3); *ігристе* (3); *келих* (3).

**периферійні реакції:** *біле* (2), *глінтвейн* (2), *Іспанія* (2), *смачно / іноді смачно* (2), *сухе* (2), *шампанське* (2), *бесіда*, *бочка*, *брют*, *вечеря*, *вино*, *витонченість*, *відпочинок*, *гледчик*, *гнів*, *грайливе*, *гранат*, *грузинське*, *дїжка*, *елегантність*, *істина*, *кабаре*, *кагор*, *кисле*, *Крим*, *м'ясо*, *оксамит*, *оранжеве*, *пляшка*, *п'ятниця*, *риба*, *родина*, *рожеве*, *рубін*, *свічки*, *свято*, *село*, *сир*, *фрукти*, *хачапурі*, *хміль*, *холодне і з родиною*, *чарка*, *Шабо*, *шардоне*, *шато Марго*.

Найчастотнішою в межах цього асоціативного поля визначено асоціацію *червоне*, яка демонструє знання процесу виноробства з різних сортів *винограду* (ще одна з найуживаніших реакцій), з якого виготовлено цей *алкогольний* напій, оскільки саме цей фактор визначає колір майбутнього вина: «Грона **винограду** знімалися з піснями і кидалися у точила (чани), або тиски для вижимання соку, які знаходилися в кожному винограднику. Хоча топтання винограду в точилі було важкою і нечистою працею, оскільки виноградним соком (здебільшого **червоним**) забруднювалась весь одяг, але, незважаючи на це, євреї вважали його найбільш веселим заняттям – співалися пісні, грала музика, а ті, що топтали, радісно вигукували» [3]. У зв'язку з вищезазначеним виокремлюємо ще одне з провідних занять українців – **виноградарство**, що є символом титанічних кропітких умінь, які передавалися з давніх часів, з покоління в покоління та ще одним підтвердженням високо гастрономічної культури нашого народу: «Так ми не грузини, історія виноробства яких налічує близько 8 тисяч років. Але ми можемо стверджувати, що коли предки сучасних німців чи французів бігали всім селом з палицями щоб упіймати кабана на вечерю, наші предки вже пили вино в побілених хатах. Що дуже важливо. Бо де є виноградник там є культура, там нема місця для варварства» [10].

Периферійні реакції ілюструють обізнаність респондентів у культурі споживання вин, їхніх сортових різновидах та, як завжди, оцінне ставлення до густатива.

На рівні парадигматичних реакцій знову їхній беззаперечний пріоритет - 60 позицій (*алкоголь*, *бесіда*, *бочка*, *вечеря*, *витонченість*, *відпочинок*, *гледчик*, *глінтвейн*, *гнів*, *гранат* та ін.), на рівні синтагматичних – 14 позицій (*біле*, *брют*, *грайливе*, *грузинське*, *ігристе*, *кисле*, *оранжеве*, *рожеве*, *сухе*, *холодне і з родиною* та ін.)

**Висновки.** Отже, їжа та все, що пов'язує нас з процесом готування, споживання їжі безсумнівно віддзеркалює українську культуру та є підтвердженням унікальності багатовікових традицій українського народу.

Проведений аналіз текстів «Енеїди» І. П. Котляревського і «Кайдашевої сім'ї» І. Нечуя-Левицького дав підстави казати про актуальність густаторної лексики в цих творах та її важливу роль у створенні національного колориту. У цих межах з усієї кількості зафіксованих густативів (понад 30) було виокремлено 5 найчастотніших - *борщ*, *брага*, *бублик*, *варенуха*, *вино*, які подалі були використані в асоціативному експерименті для встановлення їхнього асоціативного фону, виявлення динаміки

пріоритетів в асоціюванні (ядрові/периферійні) та зв'язків між стимулами-густативами та реакціями в структурі внутрішнього лексикону респондентів (парадигматичні/синтагматичні), які в цілому ілюструють лінгвоментальні риси українців та їхню культурологічну специфіку на рівні харчосмакових експлікацій.

З огляду на необхідність врахування багатьох чинників для об'єктивних результатів асоціативного експерименту, ми спромоглися долучити до участі близько 100 респондентів з доволі різними соціальними характеристиками (вік, стать, мова, фах), що, у свою чергу, дало змогу започаткувати отримання широкої амплітуди асоціантів від різних вікових, гендерних, фахових груп інформантів, а також виявити специфіку асоціювання залежно від рідної мови їхнього спілкування. Кількісна динаміка за кожним параметром представлена у вигляді діаграм.

Опрацювання отриманих реакцій уможливило такі висновки:

1) на слово-стимул **борщ** отримано 62 реакції, серед яких 32 ядрові (*пампушки, з пампушками, пампушки з часником* (7 асоціацій); *червоний* (6); *смакота, смачний, смачно, смаченький* (5); *сало, сало і часник* (5); *сметана* (4); *український* (5)). Парадигматичні і синтагматичні реакції практично нарівно і переважно пов'язані з конкретизацією інгредієнтів страви, виявленням *свого* оцінного ставлення до неї (і такі реакції переважають), що ілюструє важливість для інформантів висловлення власної позиції та її емоційного обрамлення. У межах цього асоціативного поля отримані реакції дають підстави казати хазяйновитість українців, любов до високоякісної гастрономії, а майстерність у приготуванні страв, які користуються популярністю у різних закутках планети.

2) на слово-стимул **брага** отримано 73 реакції, серед яких 21 ядрова (*дріжджі* (4), *самогон, самогонка* (4); *кисла, кисле, кислий* (4); *алкоголь* (3); *пиво* (3); *Прага* (3)). Парадигматичних реакцій фіксуємо набагато більше – 65 (*абрикоси, армія, бабуся, батько, бідон, бочка, бродити* та ін.); синтагматичних – лише 8 (*грає, жовта, зелена, кисла, коричнева, недобра, п'янка, солодка*). Переважно вони стосуються або деталізації виготовлення браги, або знов-таки оцінного ставлення до вживання цього напою, як правило, – доволі негативного, що ілюструє стримане ставлення сучасних респондентів до надміру у вживанні будь-яких алкогольних напоїв, а отже, високу культуру споживання тощо.

3) на слово-стимул **бублик** також отримано 73 реакції, серед яких 34 ядрові реакції (*дірка, дірочка, з дірочкою / з діркою* (11); *круглий* (5); *мак / з маком* (4); *чай* (4); *смак, смаколик, смачний, смачно* (5); *дитинство* (3); *хліб* (3)). Відзначаємо активність візуального мислення наших респондентів, оскільки навіть периферійні реакції найчастіше деталізують візуальні пріоритети ядрових. У межах парадигматичних і синтагматичних реакцій фіксуємо (як і в попередньому випадку) пріоритет перших – 61 (*бабуся, борошно, ведмідь, випічка, в'язка, дірка, дитинство, діти, каблучка, кермо* та ін..) над другими – 12 (*з дірочкою / з діркою, з маком, з маслом, круглий, люблю, маленький сухий такий, немовля гризе його* та ін..).

4) на слово-стимул **варенуха** отримано 75 реакцій, серед яких 31 ядрова (*вареничка, варення / наваристе варення / варення зі стажем*) (4), *вареник (-и)* (4), *варити* (2), *щось варене* (2) *варена, варена уха, варене, варений, варенуха, алкоголь*/

алкогольний узвар (4); горілка (3); Булгаков, «Майстер і Маргарита» / герой роману «Майстер і Маргарита» (4); напій (3)), де переважна більшість – це спільнокореневі лексеми від густатива або ж метафоричне сприйняття у проєкції на відомий літературний твір. Також зафіксовано кількісну перевагу парадигматичних реакцій – 68 одиниць і конструкцій (алкоголь, горілка, Булгаков, гірко, груша та ін.) над синтагматичними – 7 асоціатів (ароматна, жовта, міцна, п'янка, сива, «Енеїда» та ін.). Знову маємо підстави відзначити майстерність у приготуванні алкогольних напоїв, що є відбиттям культури споживання, пригощання, частування питтям власного виробництва.

5) на слово-стимул **вино** отримано 74 реакції, сере яких 22 ядрових (червоне/ червоне напівсолодке (9); виноград (4); алкоголь (3); ігристе (3); келих (3). Переважно реакції ілюструють обізнаність респондентів у культурі споживання вин, їхніх сортових різновидах та, як завжди, оцінне ставлення до густатива. На рівні парадигматичних реакцій знову їхній беззаперечний пріоритет - 60 позицій (алкоголь, бесіда, бочка, вечерея, витонченість, відпочинок, глечик, глінтвейн, гнів, гранат та ін.), на рівні синтагматичних – 14 позицій (біле, брут, грайливе, грузинське, ігристе, кисле, оранжеве, рожеве, сухе, холодне і з родиною та ін.).

**Висновки та перспективи дослідження.** Таким чином, встановлено асоціативний фон базових українських густативів, що поглиблює наші уявлення як про харчосмакову культуру та вподобання українців, так і про психолінгвістичну специфіку сприйняття зазначених лексичних груп.

Перспективи подальшого розвитку вбачаємо у розширенні переліку густативів, виокремлених з актуальних творів класичної та сучасної української літератури (18-21 ст.), а також з лексикографічних та інших довідкових і медійних джерел; у проведенні масштабних асоціативних експериментів із залученням представників різних соціальних груп для встановлення вичерпного асоціативного фону сприйняття національних базових густативів, що прислужиться не лише в популяризації нашої гастрономічної спадщини, а й у глибокому усвідомленні її лінгвокультурних, лінгвоментальних першоджерел, закладених у нашій мові.

### Література

1. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/>
2. Алкогольні рецепти. URL: <https://vseznyako.com.ua/braga-dlja-samogonu-predstavljajemo-rec.html>
3. Біблійні свідчення про вино та його вживання. URL: <https://www.kpba.edu.ua/statti/1508-bibliini-svidchennia-pro-vyno-ta-ioho-vzhyvannia.html>
4. Близнюк К. Асоціативні експерименти: валідність і лінгвістична інформація. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених. Національний університет «Києво-Могилянська академія», 2019. С. 37-40.
5. Борщ – смачний символ України. URL: <https://blog.florium.ua/borshh-smachnij-simvol-ukrayini/>

6. Борщ як частина українського культурного коду. URL: <https://ukrainer.net/borshch/>
7. *Брайченко О., Гримич М., Лильо І., Резніченко В.* Україна. Їжа та історія. Київ: ФОП Брайченко О. Ю., 2021. 286 с.
8. Варенуха в романі «Майстер і Маргарита». URL: <https://moyaosvita.com.ua/literatura/varenuha-v-romani-majster-i-margarita/>
9. *Васянович Є., Дубовик Н.* Асоціативний експеримент у період пандемії. *Актуальні питання гуманітарних наук.* № 44. Т 1, 2021. С. 121-127.
10. Винна історія з гарним минулим і...невідомим майбутнім. URL: <https://photo-lviv.in.ua/vynna-istoriia-z-harmym-mynulym-i-nevidomym-maybutnim/>
11. *Віват Г.* Їжа в пареміях: на перетині культур. Одеса: BMB, 2017. 292 с.
12. *Віват Г.* Традиції українського харчування. Одеса: BMB, 2016. 288 с.
13. *Глазовий П.* Бублик з маком. URL: [https://poems.net.ua/poet/Глазовий\\_Павло\\_Прокопович/Бублик\\_з\\_маком](https://poems.net.ua/poet/Глазовий_Павло_Прокопович/Бублик_з_маком)
14. *Гошовська О.* Асоціативний експеримент як метод виявлення структури концепту та етнокультурної специфіки ( на прикладі концепту «віра»). *Українознавчі студії.* Вип. 20, 2019. С. 198-206.
15. *Гуць М.* Перший твір нової української літератури. НТУУ, 2009. URL: <https://kpi.ua/936-14>
16. *Денисевич О.* Вільний асоціативний експеримент як засіб дослідження особливостей формування мовної картини світу, 2011. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/12737/>
17. *Дротенко В.* Візуальне мислення як методологія освоєння художньої культури. SCIENTIFIC TRENDS AND TRENDS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION. № 60. С. 260 – 265.
18. *Єфимчук Г.* Асоціативний експеримент у дослідженні соціолінгвальних особливостей концепту ARROGANCE. *Актуальні питання іноземної філології.* Вип. 8, 2018. С. 76-81.
19. *Зборовська Н.* Український світ Нечуя-Левицького: гендерний підхід. Феміністичні роздуми на карнавалах мертвих поцілунків. 1999. С. 60-73.
20. *Ковалевська Т.* Прикладні аспекти укладання асоціативних словників. Українська і слов'янська тлумачна і перекладна лексикографія, 2013. С. 140-146.
21. *Ковалевська Т., Сологуб Г., Ставченко О.* Асоціативний словник української рекламної лексики. Одеса: Астропринт, 2001. 116 с
22. *Ковалевська Т.* Семантика онімних асоціантів у рекламному дискурсі. Записки з ономастики, 2001. Вип. 5. С. 3-11.
23. *Козаченко О.* Тематична віднесеність, етимологічний аналіз номенів-назви напоїв як репрезентантів української національної ідентичності у тексті «Енеїди» І. Котляревського. Питання духовної культури. Філологічні науки. С. 116-119.
24. *Котляревський І.* «Енеїда»: Худ. література. Київ: Освіта, 1955. 200 с.
25. *Кутуза Н., Ковалевська Т.* Короткий асоціативний словник рекламної лексики. Одеса: Астропринт, 2011. 80 с.

26. Кушка М., Трнка Р. Вільні асоціації, що віддзеркалюють концепції, пов'язані з собою та світом: наслідки для теорії особистих конструктів, психолінгвістики та філософської психології. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4928535/>
27. Мілева І., Ходаківська М. Використання асоціативного психолінгвістичного експерименту для визначення евфемістичності висловів. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Філологічні науки*, 2020. № 1 (19). С. 296-302.
28. Недашківська Т. Експеримент у психолінгвістиці (з досвіду роботи): монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2019. 230 с.
29. Нечуй-Левицький І. Кайдашева сім'я: худ. література. Київ: Наук. думка, 1965. 63 с.
30. Павленко В. Креативність: сутнісна характеристика поняття. Креативна педагогіка: [наук.-метод. журнал] академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки «Полісся». Житомир, 2016. №11. С. 120-131.
31. Рибалка В. Дистанційний асоціативний експеримент і професіологічний аналіз у вивченні професіоналізму та майстерності особистості. Херсон: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, 2021. С. 249-254.
32. Сурмач О. Асоціативний експеримент та вербальні асоціації у психолінгвістичних дослідженнях. Київ: *Наукові записки. Серія Філологічна*. № 29. С. 22-24.
33. Evert S., Lapesa G. FAST: A carefully sampled and cognitively motivated dataset for distributional semantic evaluation. Proceedings of the 25th Conference on Computational Natural Language Learning (CoNLL), 2021. PP.588-595.
34. Sandgren O. , Salameh E. , Nettelblatt U., Dahlgren-Sandberg A., Andersson K. Using a word association task to investigate semantic depth in swedish-speaking children with developmental language disorder. *Logopedics Phoniatrics Vocology*. Vol. 46, № 3, 2021. PP. 134-140.
35. Zsarnóczaiová Ž. Методика асоціативного експерименту. *Slavica Slovaca*, 2020. № 55(1). PP. 69-81.

### **References**

1. *Academic explanatory dictionary of the Ukrainian language [Akademichnij tlumachnij slovník ukrajinskoyi movi]*, URL: <http://sum.in.ua/>
2. *Alcohol recipes [alkogolni recepti]*, URL: <https://vseznayko.com.ua/braga-dlja-samogonu-predstavljajemo-rec.html>
3. *Biblical evidence for wine and its use [Biblijni svidchennya pro vino ta jogo vzhivannya]*, URL: <https://www.kpba.edu.ua/statti/1508-bibliini-svidchennia-pro-vyno-ta-ioho-vzhivannia.html>
4. Bliznyuk, K. (2019), *Associative experiments: validity and linguistic information [Asociativni eksperimenti: validnist i lingvistichna informaciya]*, Materials of the V All-Ukrainian Scientific and Practical Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists. National University of Kyiv-Mohyla Academy. pp. 37-40.
5. *Borsch is a delicious symbol of Ukraine [Borsh – smachnij simvol Ukrainij]*, URL: <https://blog.florium.ua/borshh-smachnij-simvol-ukrainij/>



6. *Borsch as part of the Ukrainian cultural code [Borsh yak chastina ukrayinskogo kulturnogo kodu]*, URL: <https://ukrainer.net/borshch/>
7. Brajchenko, O., Grimich, M., Lilo, I., Reznichenko, V. (2021), *Ukraine. Food and history [Ukrayina. Yizha ta istoriya]*, Kyiv: PE Braichenko O. 286 p.
8. *Varenuka in the novel The Master and Margarita [Varenuha v romani "Majster i Margarita"]*, URL: <https://moyaosvita.com.ua/literatura/varenuha-v-romani-majster-i-margarita/>
9. Vasyanovich, Ye., Dubovik, N. (2021), *Associative experiment during the pandemic [Asociativnij eksperiment u period pandemij]*, Topical Issues of the Humanities. № 44. Vol. 1. Pp. 121-127.
10. *Wine story with a good past and... an unknown future [Vinna istoriya z garnim minulim i...nevidomim majbutnim]*, URL: <https://photo-lviv.in.ua/vynna-istoriia-z-harnym-mynulym-i-nevidomym-majbutnim/>
11. Vivat, G. (2017), *Food in Paremia: at the intersection of cultures [Yizha v paremyah: na peretini kultur]*, Odesa: VMV. 292 p.
12. Vivat, G. (2016), *Traditions of Ukrainian food [Tradyciyi ukrayinskogo harchuvannya]*, Odesa: VMV. 288 p.
13. Glazovij, P. *Poppy seed bagel [Bublik z makom]*, URL: [https://poems.net.ua/poet/Глазовий\\_Павло\\_Прокопович/Бублик\\_з\\_маком](https://poems.net.ua/poet/Глазовий_Павло_Прокопович/Бублик_з_маком)
14. Goshovska, O. (2019), *Associative experiment as a method of revealing the structure of the concept and ethno-cultural specificity (on the example of the concept of "faith") [Asociativnij eksperiment yak metod viyavlennya strukturi konceptu ta etnokulturnoyi specyfiki (na prikladi konceptu «vira»)]*, Ukrainian Studies. № 20. Pp.198-206.
15. Guc, M. (2009), *The first work of new Ukrainian literature [Pershij tvir novoyi ukrayinskoyi literaturij]*, NTUU. URL: <https://kpi.ua/936-14>.
16. Denisevich, O. (2011), *Free associative experiment as a means of studying the peculiarities of the formation of the linguistic picture of the world [Vilnij asociativnij eksperiment yak zasib doslidzhennya osoblivostej formuvannya movnoyi kartini svitu]*, URL: <http://eprints.zu.edu.ua/12737/>
17. Drotenko, V. *Visual thinking as a methodology for mastering artistic culture [Vizualne mislennya yak metodologiya osvoyennya hudozhnoyi kulturi]*, SCIENTIFIC TRENDS AND TRENDS IN THE CONTEXT OF GLOBALISATION. № 60. Pp. 260-265.
18. Yefimchuk, G. (2018), *Associative experiment in the study of sociolinguistic features of the ARROGANCE concept [Asociativnij eksperiment u doslidzhenni sociolingvalnih osoblivostej konceptu ARROGANCE. Aktualni pitannya inozemnoyi filologiyi]*, Topical Issues of Foreign Philology. № 8. Pp.76-81.
19. Zborovska, N. (1999), *Nechuy-Levytsky's Ukrainian world: a gender approach. Feminist reflections on carnivals of dead kisses [Ukrayinskij svit Nechuya-Levickogo: gendernij pidhid. Feministichni rozdumi na karnavalah mertvih pocilunkiv]*, pp. 60-73.
20. Kovalevska, T. (2013), *Applied aspects of compiling associative dictionaries. Ukrainian and Slavic explanatory and translation lexicography [Prikladni aspekti ukladan-*

- nya asociativnih slovniv. *Ukrayinska i slov'yanska tлумachna i perekladna leksikografiiya*], pp. 140-146.
21. Kovalevska, T., Sologub, G., Stavchenko, O. (2001), *Associative dictionary of Ukrainian advertising vocabulary [Asociativnij slovník ukrajinskoyi reklamnoyi leksiki]*, Odesa: Astroprint, 116 p.
  22. Kovalevska, T. (2001), *Semantics of onymic associates in advertising discourse. Notes on onomastics [Semantika onimnih asociativ u reklamnomu diskursi. Zapiski z onomastiki]*, № 5.Pp. 3-11.
  23. Kozachenko, O. *Thematic relation, etymological analysis of nouns-names of drinks as representatives of Ukrainian national identity in the text of I. Kotliarevskiy's Eneyida Issues of spiritual culture [Tematichna vidnesenist, etimologichnij analiz nomeniv-nazvi napoyiv yak reprezentativ ukrajinskoyi nacionalnoyi identichnosti u teksti «Eneyidi» I. Kotlyarevskogo. Pitannya duhovnoyi kulturi]*, Philological sciences. Pp. 116-119.
  24. Kotliarevskiy, I. (1955), *“Eneyida” [Eneida], fiction. Literature. Kyiv: Osvita, 200 p.*
  25. Kuzuza, N., Kovalevska, T. (2011), *Short associative dictionary of advertising vocabulary [Korotkij asociativnij slovník reklamnoyi leksiki]*, Odesa: Astroprint, 80 p.
  26. Kuska, M., Trnka, R. *Free associations reflecting concepts related to self and world: implications for personal construct theory, psycholinguistics, and philosophical psychology [Vilni asociaciyi, sho viddzerkalyuyut koncepciyi, pov'yazani z soboyu ta svitom: naslidki dlya teoriiy osobistih konstruktiv, psiholingvistiki ta filosofskoyi psihologiyi]*, URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4928535/>.
  27. Milieva, I., Khodakivska, M. (2020), *Using an associative psycholinguistic experiment to determine the euphemisticity of expressions [Vikoristannya asociativnogo psiholingvistichnogo eksperimentudlya viznachennya evfemistichnosti visloviv]*, Bulletin of the Alfred Nobel University. Philological Sciences. № 1 (19). Pp. 296 -302.
  28. Nedashkivska, T.(2019), *Experiment in psycholinguistics (from work experience) [Eksperiment u psiholingvistiki (z dosvidu roboti)]*: monograph. Zhytomyr: I. Franko ZhSU Publishing House. 230 p.
  29. Nechuy-Levytskyi, I. (1965), *Kaidashev family [Kajdasheva sim'ya]: fiction. Kyiv: Nauk. Dumka. 63 p.*
  30. Pavlenko, V. (2016), *Creativity: essential characteristics of the concept [Kreatyvnist: sutnisna harakteristika ponyattya]*. Creative pedagogy: [scientific and methodological journal] Academy of International Cooperation in Creative Pedagogy “Polissya”. Zhytomyr. №11. Pp. 120-131.
  31. Rybalka, V. (2021), *Remote associative experiment and vocational analysis in the study of professionalism and skill of a person [Distancijnij asociativnij eksperiment i profesio-logichnij analiz u vivchenni profesionalizmu ta majsternosti osobistosti]*, Kherson: collection of materials of the III International Scientific and Practical Conference. Pp. 249-254.
  32. Surmach, O. *Associative experiment and verbal associations in psycholinguistic research [Asociativnij eksperiment ta verbalni asociaciyi u psiholingvistichnih doslidzhennyah]*, Kyiv: Scientific notes. Philological series. № 29. Pp. 22-24.

33. Evert, S., Lapesa, G. (2021), *FAST: A carefully selected and cognitively motivated dataset for distributive semantic evaluation [Retelno vidibranj ta kognitivno vmotivovaniij nabir danih dlya distributivnogo semantichnogo ocinyuvannya]*, Proceedings of the 25th Conference on Computational Natural Language Learning (CoNLL), 2021. Pp. 588-595.
34. Sandgren, O. Salameh, E., Nettelblatt, U., Dahlgren-, A., Andersson, K. (2021), *Using a word association task to investigate semantic depth in Swedish-speaking children with developmental language disorder [Vikoristannya zavdannya na asociaciyu sliv dlya doslidzhennya semantichnoyi glibini u shvedskomovnih ditej z porushennyami movlennya]*, Logopedics Phoniatrics Vocology. Vol. 46, N. 3, Pp. 134-140.
35. Zsarnóczyaiová, Ž. (2020), *Methodology of the associative experiment [Metodika asociativnogo eksperimentu]*, Slavica Slovaca, № 55(1). Pp. 69-81.

•••