

УДК 82:11.852

О. П. Прищеп (Шегеда),

кандидат філологічних наук, старший викладач

laune8@ukr.net

ORCID: 0000-0002-0664-3301

А. А. Плечко,

старший викладач

antonina20102@rambler.ru

(Житомирський національний агроекологічний університет)

ORCID: 0000-0002-4739-0750

СЕМАНТИЧНІ ПОЛЯ ЛЕКСЕМ *РІД, НАРОД, НАЦІЯ, МОВА* У СПРИЙМАННІ СТУДЕНТІВ НЕФІЛОЛОГІЧНОГО ВНЗ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ МОВИ

*У статті йдеться про специфіку сприймання студентами нефілологічного ВНЗ лексем *рід, народ, нація, мова* на сучасному етапі розвитку мови. Матеріал статті базується на результатах асоціативного експерименту, в якому взяли участь 100 студентів Житомирського національного агроекологічного університету. Автори статті пропонують власне бачення ментального та гендерного аспектів сприймання молодими людьми слів-стимулів *рід, народ, нація, мова*.*

Ключові слова: асоціативний експеримент, асоціативний ряд, семантичне поле, семантичне ядро, лексема, *рід, народ, нація, мова*, національне самоусвідомлення, ментальність, гендерні відмінності.

Постановка проблеми. До написання цієї статті нас спонукали два чинники: I – досвід роботи зі студентами, який засвідчує поступову зміну системи цінностей молодих людей, та II – події, що сколихнули свідомість українців у 2013–2014-му роках. Нас цікавило: чи вплине якимось чином становище в країні на традиційне сприймання таких лексем, як *рід, народ, нація, мова*, та чи зміниться внаслідок цього множина усталених значень цих лексем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми стану та розвитку мови в суспільстві є об'єктом дослідження соціо- та психолінгвістики. Дослідженням таких впливів на мову займаються психолінгвістика та соціолінгвістика, обираючи асоціативний експеримент як метод. Як зазначає О. Денисевич, у XX ст. лінгвістом А. Тумбом та психологом К. Марбе було доведено, що вербальна асоціація є не тільки психологічним, а й лінгвістичним явищем, адже в ході її дослідження, в більшості випадків, інформатори реагували на слово-стимул словом тієї ж частини мови, до якої належав стимул: на прикметники – прикметниками, на прислівники – прислівниками тощо [1: 336]. Асоціативний експеримент використали також О. Горошко у вивченні гендерної специфіки засвоєння та вираження мови [1: 335], Д. Терехова під час дослідження особливостей типології вербальних асоціацій [1: 335], О. Холод у вивченні особливостей жіночої та чоловічої мовленнєвих картин світу [1: 335], О. Денисевич у дослідженні рекламної лексики в мовній картині світу українців [2: 189–195; 3: 270–276]. У цих дослідженнях філологи на основі отриманих даних в ході асоціативного експерименту аналізують мовну форму, якої набуває слово-стимул в процесі асоціювання, а в центрі їх уваги – мовні фактори [1: 334].

Мета статті – описати специфіку сприймання студентами нефілологічних спеціальностей ВНЗ лексем *рід, народ, нація, мова* на сучасному етапі розвитку мови. Поставлена мета передбачає виконання таких завдань:

- провести асоціативний експеримент;
- у множині отриманих асоціацій окреслити семантичні поля лексем *рід, народ, нація, мова*;
- описати специфіку сприймання цих лексичних одиниць студентською молоддю на сучасному етапі, зважаючи на гендерні відмінності.

Предмет дослідження – специфіка сприймання лексем-стимулів *рід, народ, нація, мова* студентами нефілологічного ВНЗ.

Об'єкт дослідження – семантичні поля лексем-стимулів *рід, народ, нація, мова*.

Методи дослідження – експериментальний, статистичний, метод аналізу та інтерпретації даних.

Виклад основного матеріалу. Оскільки мова – це не лише знакова система, а й соціальне явище і засіб спілкування, накопичення, зберігання та передачі суспільством знань, то суспільство і зміни, що відбуваються в ньому (соціальні, економічні та культурні) не можуть не чинити впливу на різні мовні рівні. Асоціативний експеримент дає можливість побудувати семантичну структуру слова, є цінним матеріалом для вивчення психологічних еквівалентів тих значень, що утворюють семантичне поле слова-стимулу, розкриває об'єктивно існуючі в психіці носія мови семантичні зв'язки слів. З огляду на мету нашого дослідження, для нас це важливо.

В експерименті взяли участь 100 студентів I і II курсів Житомирського національного агроекологічного університету напрямів підготовки "Правознавство", "Екологія", "Агрономія" та "Геодезія"), серед яких була однакова кількість представників жіночої і чоловічої статі (з метою

підвищення достовірності результатів). Для проведення експерименту були підготовлені опитувальники – бланки, в які вже були вписані лексеми-стимули *рід, народ, нація, мова*, навпроти яких потрібно було написати ряд асоціацій. Семантичні поля цих слів у свідомості українців, логічно, мали б мати множину спільних значень. Нас цікавило, які саме значення складають цю множину, тобто до яких саме понять звертається свідомість молодого людини під час сприймання тієї чи іншої лексеми-стимулу.

Під час експерименту було встановлено, що лексема *рід* у студентів асоціюється здебільшого із такими поняттями, як *сім'я, родина, рідні, покоління, предки, батьки, нащадки*. Такого типу асоціації відображають семантику самого поняття "Рід", тому їх умовно можна назвати "семантичними". Натомість, асоціації *душа, тепло, ти не один, приналежність (причетність), гордість, величність, мужність, незламність* пов'язані із емотивною та моральною сферами та містять у собі психологічний і морально-етичний аспекти. Це дає право назвати їх "психологічними" та "соціокультурними". Асоціація *Україна*, яка зацікавила нас в аспекті її зв'язку із поняттям "*Патріотизм*", займає 3-поміж інших асоціацій 1 %, що свідчить про незначне пов'язування молодими людьми у свідомості понять "*Рід*" та "*Україна*". Цікаво, що дівчатами було дано 2 асоціації – *жіночий, чоловічий, середній рід*, які стосуються суто лінгвістичного аспекту значення слова-стимулу *рід*. Проте, нас більше цікавили не поодинокі асоціації, а ті, що повторюються у різних піддослідних. Так, наприклад, і дівчата, і хлопці, однаково активно (найбільша кількість асоціацій) асоціюють лексеми *рід* із такими значеннями, як *сім'я, родина, рідні*, тоді як із *поколінням* лексема *рід* більше асоціюється чомусь у хлопців, ніж у дівчат. До того ж, серед дівчат є певний відсоток тих, у кого слово-стимул *рід* не викликало ніяких асоціацій (!), що на наш погляд, для жінок є неприродним. Натомість, у хлопців слово *рід* завжди із чимось асоціюється. Також цікавим є те, що лексема *рід* в однаковій мірі асоціюється із *продовженням роду* і у дівчат, і у хлопців. Як видно з діаграми, для дівчат *рід* – це, насамперед, *сім'я, родина, родичі, предки і нащадки* (в останніх асоціаціях наявні часові аспекти – минуле, майбутнє. Для хлопців *рід* – це *сім'я, родина, родичі, покоління, прадіди* (минуле), *батьки* (знову ж таки, попереднє покоління). Відмінність сприймання лексеми *рід* у дівчат і хлопців, таким чином, полягає у тому, що дівчата підсвідомо пов'язують поняття роду однаково із минулим і майбутнім, в той час як хлопці частіше, ніж дівчата, пов'язують його із минулим, зі старшими поколіннями (прадіди, батьки).

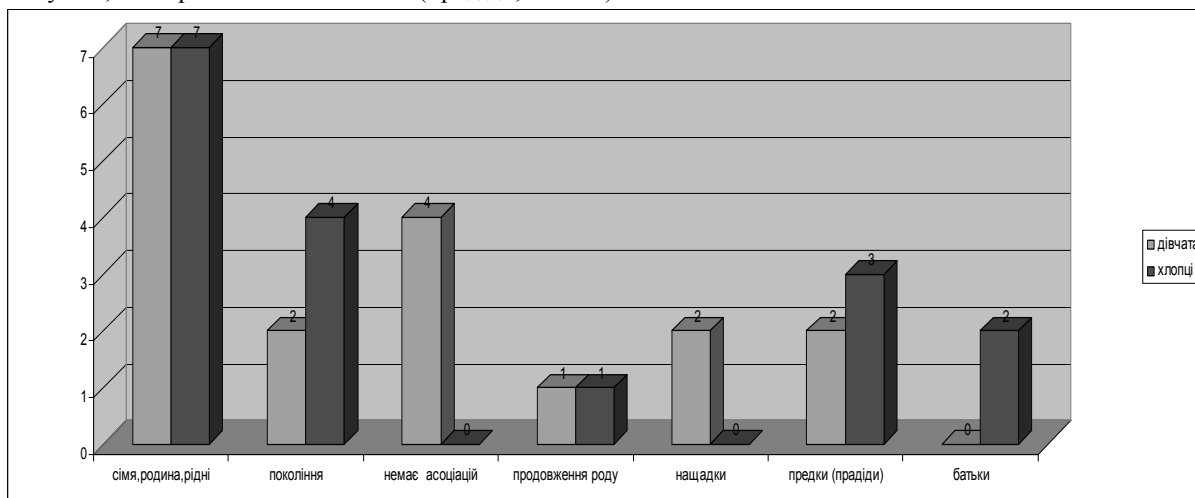


Рис. 1. Найуживаніші асоціації до слова-стимулу *рід*

Глумачний словник української мови пропонує такі значення лексеми *рід*: 1) форма спільності людей за первіснообщинного ладу, господарське і соціальне об'єднання кровних родичів; 2) ряд поколінь, що походять від одного предка; 3) вид, тип чого-небудь; 4) біол. група тварин або рослин, що об'єднує близькоспоріднені види; 5) лог. поняття, що включає в себе ряд менш загальних, видових понять; 6) лінгв. граматична категорія, властива іменникові багатьох мов [4: 1225]. Натомість словник-довідник В. Жайворонка фіксує в українській етнокультурі такі значення лексеми *рід*: 1) (з великої літери *Рід* = *Род*): у дохристиянських віруваннях – бог життя, долі, талану, суду-присуду, зачинатель усього живого; 2) (з малої літери) ряд поколінь, що походять від одного предка [5: 500–501]. Таким чином, асоціації студентів семантично ближчі до другого значення слова *рід*, яке подають обидва словники – *ряд поколінь, що походять від одного предка*. Інші, пропоновані словником значення, крім 6-го (*граматична категорія роду: чоловічий, жіночий, середній*), залишилися поза увагою молодих людей. Семантичне ж ядро лексеми *рід*, з точки зору сприймання її студентами, складають такі значення: *сім'я, родина, рідні, покоління*, тобто сукупність осіб, пов'язаних кровним зв'язком. Саме із значенням кровної спорідненості дослідники Ю. Макарець і О. Сліпчук пов'язують зміст концепту РІД у дослідженні специфіки його функціонування в мовній картині світу українців [6: 78].

З лінгвістичної точки зору, слово-стимул *рід* – іменник, що спонукає до продукування асоціацій-іменників *сім'я, родина, покоління, предки, батьки, нащадки, душа, Україна* (40 % усіх асоціацій до слова), словосполучень іменника або займенника із дієсловом або прикметником (*продовження роду, родовідне дерево, ти не один, передавання знань*) (20 %), прикметника *теплій* (10 %) та іменників прикметникового походження *рідні, незламність, мужність, величність, гордість, приналежність, причетність* (35 %). Як бачимо, найбільшу частотність утворення мають асоціації-іменники.

Діаграма на Рис. 2 показує, що найближчими за значенням до лексеми *народ* у свідомості студентів є лексеми *люди, український, нація*.

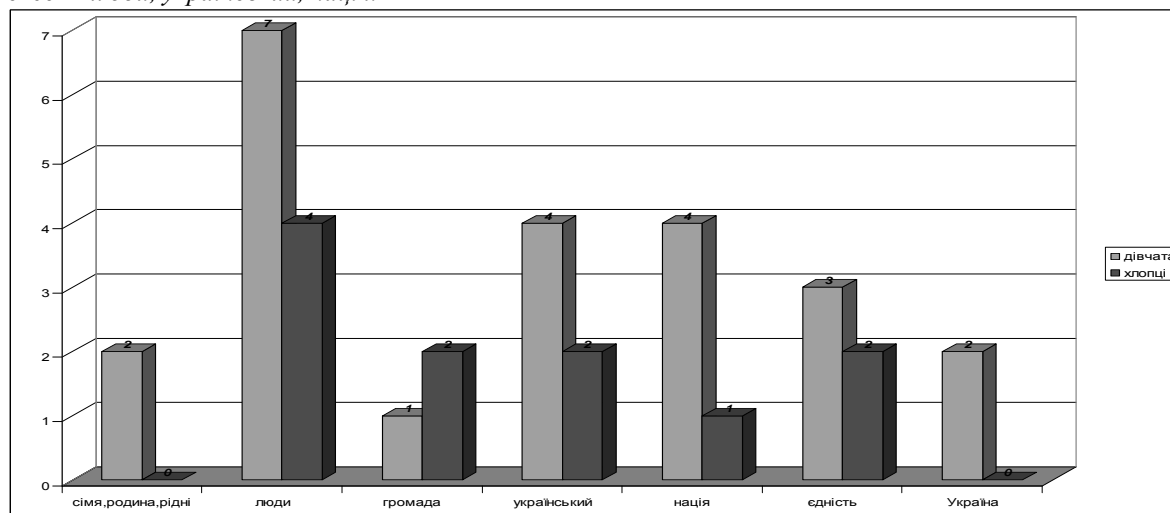


Рис. 2. Найчастіше вживані асоціації до лексеми-стимулу *народ*

Таку ж семантику лексеми *народ* подає і тлумачний словник української мови: 1) населення держави, жителі країни; 2) форма національної та етнічної єдності (*нація, народність*); 3) взагалі *люди*, переважно у великій кількості; певна кількість людей, які мають що-небудь *спільне* (у поведінці або зовнішньому вигляді) [4: 733]. В українській етнокulturі лексема *народ=нарід* також виступає у значенні *етнічної та національної єдності* людей (етнос, народність, *нація*); єдності людей, що проживають у тій чи іншій країні незалежно від національності; оточення [5: 386]. Якщо взяти до уваги найбільш часто продуковані хлопцями асоціації, то семантичне ядро лексеми *народ* виглядає так: *люди-український-громада-єдність*. У дівчат маємо такий асоціативний ряд: *люди-український-нація-єдність*. Із множини отриманих асоціацій, проте, не можна виключати також "одиночні" асоціації, дані один раз однією особою, оскільки вони, на відміну від часто вживаних асоціацій, зачіпають дещо іншу площину значень, наприклад тих, що пов'язані із психоемоційною сферою та морально-етичними установками особистості піддослідних, а також частково відображають національно-історичний та культурно-міфологічний аспекти української ментальності. Так, одиночними асоціаціями на слово-стимул *народ* є *патріотизм* (морально-етич.); *вічний, славетний, розумний, багатство*, (міфолог., ментальн.); *легко маніпулювати, ти не один* (психолог.); *українське село* (нац.-істор.), дані хлопцями, та *сильний, незламність, величний* (міфолог., ментальн.); *вечорниці* (культ.-істор.); *українці* (нац.-істор.), дані дівчатами. З-поміж одиночних асоціацій важливими, на наш погляд, є ті, які відображають розуміння самої суті лексеми *народ* на сучасному етапі розвитку української мови й українського суспільства, охоплюючи політичне тлумачення слова *народ* як терміну в соціології, політології тощо. Так, у представників чоловічої статі одиночні асоціації на слово-стимул *народ* пов'язані із суто політичною площиною: *спільність інтересів, єдина держава, єдина економіка*. Натомість, у свідомості представниць жіночої статі лексема *народ* пов'язується не так з політичною сферою життя суспільства (*народу*), як із соціокультурною: *громадяни, культура*. Слово-стимул *народ* (іменник чол. роду однини) найчастіше викликає асоціації-іменники *люди, українці, громадяни, громада, Україна, нація, сім'я, родина, незламність, патріотизм, єдність, культура, вечорниці, багатство* (54 % усіх асоціацій до слова), прикметники *український, величний, вічний, славетний, сильний, розумний* (23 %) та словосполучення *єдина держава, єдина економіка, спільна мета, спільність інтересів, українське село, легко маніпулювати* (23 %).

З-поміж асоціацій, даних студентами до слова-стимулу *нація*, найуживанішими є *народ, спільність (інтересів, території), люди, український, українці, незламність, жагучий, нестримний* (див. Рис. 3). Чим були викликані одиночні асоціації *російський, братерство і майбутнє* без окремого дослідження сказати важко. Ми припускаємо, що однією із можливих причин появи таких асоціацій є розуміння ситуації в країні (експеримент проводився восени 2014 року) і вплив засобів ЗМІ, які у своїх повідомленнях часто оперували такими поняттями, як "Братерство", "Український народ" та "Українська нація", "Російський народ" і "Російська нація", "Майбутнє народу / нації" тощо.

У лінгвістичному аспекті сприймання лексеми *нація* цікавим є те, що значна частина асоціацій (39 % від усіх даних на цей слово-стимул) є прикметниками, одні з яких (43 % прикметників) позначають національну приналежність (*українці, українська, російська*), а інші (57 % прикметників) окреслюють психологічний аспект сприймання лексеми-стимулу *нація* (*жагучий, нестримний, велична, сильна*). Решта (61 %) асоціацій, даних на слово-стимул *нація*, є іменниками *народ, люди, майбутнє, братерство, самосвідомість, українці, добробут* (39 %), іменниками прикметникового походження *єдність, незламність* (11 %) та словосполученнями іменників з прикметниками *спільна територія, спільність інтересів* (11 %).

Оскільки описані вище три слова-стимули є семантично близькими один до одного, то з-поміж асоціацій, даних на ці слова-стимули, має бути певна кількість спільних для двох з них чи усіх трьох. Так, наприклад, до слів-стимулів *рід* і *народ* студентами були дані однакові асоціації *сім'я, родина, рідні*, що водночас становлять семантичними домінанти цих двох слів-стимулів (*сім'я-родина-рідні*).

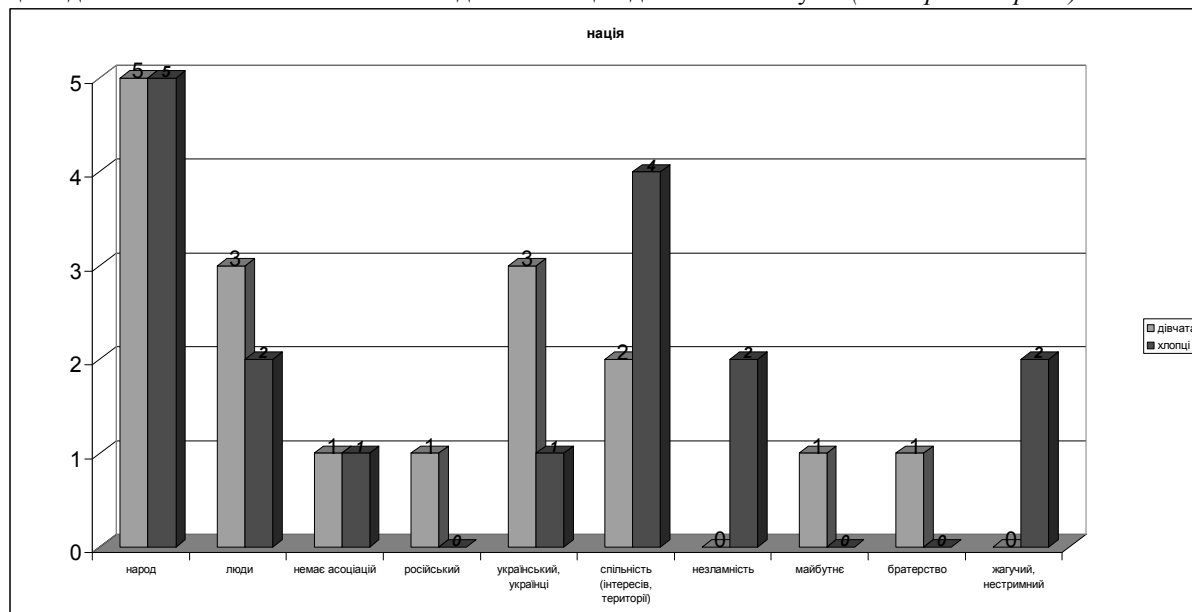


Рис. 3. Найчастіше вживані асоціації до лексеми-стимулу *нація*

Спільними асоціаціями слів-стимулів *народ* і *нація* виявилися *люди, український, єдність (спільність)*, які становлять семантичну домінанту лексеми *нація*. В асоціативних рядах лексем-стимулів *рід* та *нація* близькими за змістом виявилися асоціації *нащадки* і *майбутнє*, чим окреслили зв'язок понять "*Рід*" і "*Нація*" у свідомості піддослідних із майбутнім. Що ж до спільних асоціацій до усіх трьох лексем-стимулів, то ними виявилися часто уживані асоціації до слів-стимулів *народ* і *нація* та одиничні – до слова-стимулу *рід*:

народ – *незламність, величний, український, сильний, спільність*;

нація – *незламність, велична, український, українці, сильна, спільність (території, інтересів)*;

рід – *незламність, величність, Україна, мужність, ти не один (разом із кимось, спільно)*.

Важливими асоціаціями до слів-стимулів *народ* і *нація*, на наш погляд, є *український* та *українці*: якщо *народ* – то *український*; якщо *нація* – то *українська (українці)*. Асоціація *люди* виявилася спільною лише для слів-стимулів *народ* і *рід* і чомусь не була дана молодими людьми на слово-стимул *нація*. Незначний відсоток, порівняно із асоціацією *український*, має також асоціація *російський*, дана на слово-стимул *нація*. Слід зауважити, що якщо асоціацією *український* молоді люди відповідають на два слова-стимули, – *народ* і *нація*, – то асоціацією *російський* – лише на слово-стимул *нація*. З діаграми видно, що слово-стимул *нація* сприймається як *народ*, натомість *народ* як *нація* чомусь не сприймається.

Звісно, що нас як філологів найбільше цікавили результати асоціативного експерименту з лексемою-стимулом *мова*. Мова, як відомо, завжди національна. Тому ми очікували продукування піддослідними стосовно цього слова-стимулу асоціацій на зразок *український, українець, народ, єдність* тощо. Проте, результати експерименту виявилися дещо іншими (див. Рис. 4). Розташували найчастіше уживані асоціації відповідно до їх кількості, отримуємо такий асоціативний ряд: *мова – спілкування, українська, рідна, милозвучна, пісня, Україна, душа, книжка, унікальність, самосвідомість*, з-поміж яких перших 4 – *спілкування, українська, рідна, милозвучна* – утворюють семантичне ядро поняття "*Мова*" у сприйманні його студентами, а наступні 6 – *пісня, душа, Україна, книжка, самосвідомість, унікальність* – доповнюють асоціативне поле лексеми-стимулу, окреслюючи, специфіку сприймання цього поняття молодими людьми на сучасному етапі.

За словником-довідником В. Жайворонка, лексема *мова* має такі значення: 1) здатність людини говорити, висловлювати свої думки; 2) мовна система, характерна для того чи того народу, етносу, словесний продукт певного етносу; мова образна і анімістична, виступає щедрим джерелом для розкриття етнокультури в усіх її проявах; 3) мовлення, розмова, спрямовані на спілкування з іншими [5: 371–372]. Значення лексеми *мова* у тлумачному словнику співпадають із 1-м і 3-м варіантами тлумачення її словником-довідником В. Жайворонка, а стосовно 2-го варіанту значення є такі відмінності: *мова* – сукупність довільно відтворюваних загальноприйнятих у межах даного суспільства звукових знаків для об'єктивно існуючих явищ і понять, а також загальноприйнятих правил їх комбінування у процесі вираження думок [4: 682].

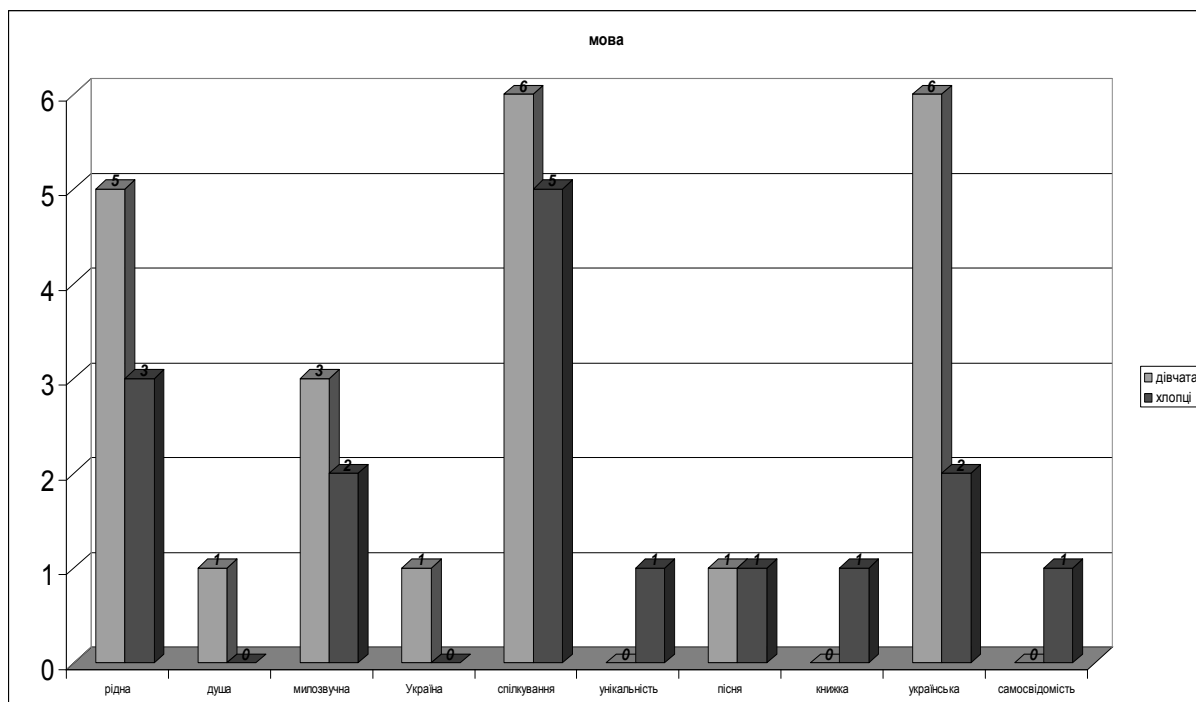


Рис. 4. Найчастіше вживані асоціації до лексеми-стимулу *мова*

Таким чином, семантичне ядро лексеми *мова*, яке було окреслене під час експерименту, охоплює лише два варіанти із трьох запропонованих обома словниками значень, відображених в асоціаціях *спілкування* та *українська (рідна)*, натомість такі її значення, як *здатність говорити* та *культура народу (етнокультура)*, *система знаків* у семантичних рядах піддослідних не трапляються.

Отже, у свідомості молодих людей мова асоціюється насамперед із такими поняттями, як "Спілкування", з національною приналежністю (асоціація *український*), з колом тих реалій, що утворюють, так би мовити, *рідний простір* (асоціація *рідна*), тим самим підкреслюючи вагоме значення у свідомості сучасної молоді саме рідної мови. Асоціація *милозвучна* може здатися на перший погляд буквальною, бо українську мову часто називають милозвучною та вже тривалий час популяризують цей її мовний статус. Проте, слід зауважити, що лексемою-стимулом не було поняття "Українська мова", а лише *мова*, тобто будь-яка, мова як явище взагалі, безвідносно до будь-якої національності. На наш погляд, студенти майже в рівній кількості (3 % дівчат і 2 % хлопців) дали асоціації *милозвучна* з тієї самої причини, що й асоціації *українська* та *рідна*: у свідомості піддослідних *мова* – це, насамперед, *рідна мова, українська*, а відтак і *милозвучна* та *слов'їна*, адже цей епітет через його часте вживання вчителями-словесниками на означення саме української мови ще в період навчання у школі міг закріпитися у свідомості як сталий епітет, вживаної стосовно української мови. Якщо ж узяти кількість асоціацій (32), що складають семантичне ядро лексеми-стимулу *мова* за 100 %, то частка асоціації *милозвучна* – це 15 %, *українська* – 25 %, *рідна* 25 %, *спілкування* – 34 %. Оскільки переважна більшість наших студентів – це вихідці із сіл, то для них рідною є саме українська мова. Це дає підстави вважати, що насправді відсоток піддослідних, котрі пов'язують лексему *мова* саме з *українською* мовою ще більший. Асоціацію *пісня* продукували двоє піддослідних різних статей з тією лише відмінністю, що дівчина-піддослідна, на відміну від хлопця-піддослідного, пов'язує лексему *мова* не просто з *піснею*, а з *піснею матері*. Одиничні ж асоціації на слово-стимул *мова* такі: *унікальність, талант, книжка, краса, важко вивчити, самосвідомість, Україна*. Гадаємо, що аналізувати їх більш детально немає потреби, оскільки асоціативні пари *мова – Україна, мова – самосвідомість, мова – унікальність, мова – краса,*

мова – книжка, мова – талант, мова – важко вивчити говорять самі за себе і є доволі прозорими в аспекті їх семантичного навантаження.

Лінгвістичні особливості асоціацій до слова-стимулу *мова* така: 50 % даних на це слово асоціацій становлять іменники *спілкування, краса, талант, книжка, унікальність, самосвідомість, багатство, незламність, душа, Україна, пісня*; 27 % – прикметники *рідна, милозвучна, українська, солов'їна, багата, іноземна*; 23 % – словосполучення *єдність мови, єдність звичаїв, мамина пісня, перше слово, складно вивчати*.

Результати дослідження дозволяють зробити такі **висновки**: найбільшою різноманітністю даних асоціацій вирізняється слово-стимул *народ* (26 різних асоціацій). До слова-стимулу *мова* було дано 22 різні асоціації, до слова-стимулу *рід* – 20, до слова-стимулу *нація* – 18. Можливо, найменше асоціацій дано на слово, суть якого для учасників експерименту зрозуміла менше, ніж інших слів-стимулів, або через те, що зміст поняття, яке позначає лексема стимул (у нашому випадку – *нація*) не має особливої ваги у їх системі цінностей.

З огляду на гендерний аспект отриманих в результаті дослідження асоціацій, можемо говорити про такі відмінності у сприйманні запропонованих лексем-стимулів дівчатами й хлопцями:

дівчата

- порівняно з хлопцями, переважає частотність асоціації *нащадки* до слова-стимулу *рід*, окреслюючи своєрідний семантичний вектор у майбутнє;
- у 4 % опитаних дівчат слово-стимул *рід* не викликала ніяких асоціацій;
- дівчатам властиве майже тотожне сприймання лексем *народ* і *нація*: *народ* у дівчат асоціюється із *нацією*, а *нація* – із *народом*; спільними асоціаціями у сприйманні обох лексем дівчатами стали *люди, українці, єдність*;
- частотність асоціації *українська* стосовно слів-стимулів *нація* і *мова* у дівчат значно більша;
- лексему *мова* дівчата, на відміну від хлопців, пов'язують також зі значеннями *душа, Україна*;
- спільна для обох статей піддослідних асоціація *пісня* у дівчат вжита з означенням – *пісня матері*;

хлопці

- на відміну від дівчат, слово-стимул *рід* у хлопців завжди із чимось асоціюється;
- у сприйманні хлопцями лексеми *рід* простежується її смислове тяжіння до минулого;
- хлопці асоціюють *народ* більше із *громадою*, ніж з *нацією*;
- лексема-стимул *нація* викликала у хлопців більш активне продукування асоціацій, ніж дві попередні, що особливо видно по кількості таких асоціацій *спільність (інтересів, території), незламність, жагуча, нестримна*, яка значно перевищує кількість продукованих дівчатами асоціацій;
- до слова-стимулу *мова* хлопці, на відміну від дівчат, частіше дають асоціацію *рідна*, ніж *українська*;
- лексему *мова* хлопці, на відміну від дівчат, пов'язують також зі значеннями *унікальність, самосвідомість, книжка*.

Завдяки отриманим результатам результатів вимальовується ментальний "портрет" учасників експерименту. Проте, описувати його тут, гадаємо, буде зайвим, оскільки представлена у статті інформація прямо й опосередковано розкриває особистісні характеристики піддослідних. До того ж, такий опис більш тяжіє до сфери наукових інтересів психологів та соціологів.

Отже, із множини отриманих асоціацій нами були виокремлені семантичні поля лексем-стимулів:

рід – *сім'я, родина, рідні, покоління, нащадки, предки, продовження роду* (дівчата);

сім'я, родина, рідні, покоління, предки, батьки, продовження роду (хлопці);

народ – *люди, український, нація, єдність, Україна, сім'я, родина, рідні* (дівчата);

люди, український, єдність, громада, нація (хлопці);

нація – *народ, люди, український, спільність* (дівчата);

народ, спільність інтересів, люди, незламність, жагучий, нестримний (хлопці);

мова – *спілкування, українська, рідна, милозвучна, душа, пісня матері* (дівчата);

спілкування, рідна, українська, милозвучна, унікальність, самосвідомість, книжка (хлопці).

На наш погляд, слова-асоціації номінують поняття, що є складовими національного самоусвідомлення й ментальності учасників експерименту (*єдність, братерство, гордість, незламність, сила, велич, розум, жагучий, вічний, нестримний, спільність інтересів, звичаїв і території, мужність, патріотизм*), дають можливість виділити семантичні доміанти у сприйманні лексем-стимулів, а відтак і визначити семантичні акценти понять, позначуваних лексемами-стимулами, що є важливими для самих студентів (*сім'я, мати, родина, рідні, продовження роду, майбутнє, Україна, український, предки, нащадки, покоління, добробут, культура, люди, громада, народ, нація, пісня, душа*) для піддослідних а також окреслюють специфічні риси та гендерні особливості сприймання лексем-стимулів студентської молоддю на сучасному етапі розвитку української мови та українського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисевич О. Вільний асоціативний експеримент як засіб дослідження соціального портрету / О. Денисевич // Волинь-Житомирщина. – Житомир, ЖДУ імені Івана Франка, 2010. – Випуск 22. – С. 334–340.
2. Денисевич О. В. Проблеми дослідження рекламної лексики у мовній картині світу українців / О. В. Денисевич // Мова і культура. – Київ : Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2011. – № 14. – Т. 2 – С. 189–195. – Режим доступу : <https://scholar.google.com.ua/citations>.
3. Денисевич О. Емоційність рекламної лексики (на матеріалі вільного асоціативного експерименту) / О. Денисевич, Т. Недашківська // Український інформаційний простір : [науковий журнал]. – К. : КНУКіМ, 2014. – № 2. – С. 270–276. – Режим доступу : <https://scholar.google.com.ua/citations>.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [ред. В. Т. Бусел]. – К. : Ірпінь, ВТФ Перун, 2009. – 1736 с.
5. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури: словник-довідник / В. В. Жайворонок. – К. : Довіра, 2006. – 704 с.
6. Макарець Ю. С. Концепти РІД, РОДИНА, СІМ'Я в мовній картині світу українців / Ю. С. Макарець, О. М. Сліпчук // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Філологічні науки : [збірник наукових праць]. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2013. – Книга 1. – С.75-78.– Режим доступу : https://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe.

REFERENCES (TRASLATED & TRANSLITERATED)

1. Denysevych O. Vil'nyi asotsiatyvnyi eksperyment yak zasib doslidzhennia sotsial'noho portretu [The Free Associative Experiment as a Means of Investigating the Social Portrait] / O. Denysevych // Volyn'-Zhytomyrshchyna [Volyn'-Zhytomyrshchyna]. – Zhytomyr, ZhDU imeni Ivana Franka, 2010. – Vypusk 22. – S. 334–340.
2. Denysevych O. V. Problemy doslidzhennia reklamnoi leksyky u movnii kartyni svitu ukraintsiv [Problems of Examining the Advertising Vocabulary in the Linguistic World Image of Ukrainians] / O. V. Denysevych // Mova i kultura [Language and Culture]. – Kyiv : Kyiv. nats. un-t imeni Tarasa Shevchenka, 2011. – № 14. – T. 2 – S. 189–195. – Rezhym dostupu : <https://scholar.google.com.ua/citations>.
3. Denysevych O. Emotsiynist' reklamnoi leksyky (na materiali vil'noho asotsiatyvnoho eksperymentu) [The Emotionality of Advertising Vocabulary (on the Material of Free Associative Experiment)] / O. Denysevych, T. Nedashkivska // Ukrain's'kyi informatsiynyi prostir [Ukrainian Information Space] : [naukovyi zhurnal]. – K. : KNUKіM, 2014. – №2. – S. 270-276. – Rezhym dostupu : <https://scholar.google.com.ua/citations>.
4. Velykyi tлумачnyi slovnyk suchasnoi ukrains'koi movy [Great Dictionary of Modern Ukrainian] / red. V. T. Busel. – K. ; Irpin : VTF Perun, 2009. – 1736 s.
5. Zhaivoronok V. Znaky ukrains'koi etnokul'tury [Symbols of Ukrainian Ethnic Culture] : [slovyk-dovidnyk] / V. Zhaivoronok. – K. : Dovira, 2006. – 704 s.
6. Makarets Yu. S. Kontsepty RID, RODYNA, SIM'IA v movnii kartyni svitu ukraintsiv [The Concepts of FAMILY, LINE, FAMILY in the Linguistic World Image of Ukrainians] / Yu. S. Makarets, O. M. Slipchuk // Naukovi zapysky NDU im. M. Hoholia. Filolohichni nauky [Scientific Notes of Nizhyn State Mykola Gogol University] : [zbirnyk naukovykh prats']. – Nizhyn : NDU im. M. Hoholia, 2013. – Knyha 1. – S. 75–78.– Rezhym dostupu : https://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe.

Прищепя Е. П., Плечко А. А. Семантические поля лексем род, народ, нация, язык в восприятии студентами нефилологического ВУЗа на современном этапе развития языка.

В статье идет речь о специфике восприятия студентами нефилологического ВУЗа лексем род, народ, нация, язык на современном этапе. Материал статьи базируется на результатах ассоциативного эксперимента, в котором приняли участие 100 студентов Житомирского национального агроэкологического университета. Авторы статьи предлагают собственное видение ментального и гендерного аспектов восприятия молодыми людьми слов-стимулов род, народ, нация, язык.

Ключевые слова: *ассоциативный эксперимент, ассоциативный ряд, семантическое поле, семантическое ядро, лексема, род, народ, нация, язык, национальное самосознание, ментальность, гендерные отличия.*

Pryshchepa O. P., Plechko A. A. The Perception of Semantic Fields of Lexemes Family, People, Nation, Language by the Students of Non-Philological Higher Education Institution on the Modern Stage of Language Development.

The article reveals peculiarities of the perception of lexemes family, people, nation, language by the students of non-philological higher education establishment on the modern stage of language development. The material represented is based on the results of associative experiment conducted in Zhytomyr National Agroecological University with the participation of 100 students. The authors of the article suggest their own vision of mental and gender aspects of interpreting by young people such words-stimuli as family, people, nation, language. The

research proves that the perception of such lexemes as family, people, nation, language by the students of non-philological higher education establishment has the gender as well as cultural and mental differences related to the environmental influence and general cultural level of the young people development. The research also gives an opportunity to observe the patriotic attitude of modern Ukrainian youth.

In authors' judgment, the word associations nominate concepts that are constituents of national consciousness and mentality of the participants involved in the experiment (unity, brotherhood, pride, invincibility, strength, greatness, intelligence, passionate, eternal, unrestrained, common interests, customs and territory, courage, patriotism). These words make it possible to identify the semantic dominants in the perception of lexical units-incentives, and thus define the semantic concepts accents, denoted with lexical units-incentives. The lexical units (family, mother, relatives, procreation, future, Ukraine, Ukrainian, ancestors, descendants, generation, welfare, culture, people, community, people, nation, song, soul) are important for the students and outline the specific features and gender peculiarities of perceiving the lexical units-incentives by the student youth at the present stage in the development of the Ukrainian language and Ukrainian society.

Key words: *associative experiment, associative line, semantic field, semantic kernel, lexeme, family, people, nation, language, national self-consciousness, mentality, gender differences.*