

ФОЛЬКЛОРИСТИКА

УДК 81.82:398

DOI <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2021.3.29>

В. В. АНДРІЄВСЬКА

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри романської філології,

Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

Електронна пошта: andriievskaviktorii@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2829-2036>

Н. В. ЛЯШУК

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри інформаційної діяльності та туризму,

ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», м. Луцьк, Україна

Електронна пошта: nat_lashuk@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-1305-2227>

СТАТИКА ТА ДИНАМІКА ФОЛЬКЛОРНОГО СТЕРЕОТИПУ: РЕЗУЛЬТАТИ АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ

Стаття присвячена вивченню етнічного стереотипу, сформованого в народнопісенних текстах, що постає носієм ментальної інформації. Метою наукової публікації є вивчення фольклорного стереотипу української дівчини, простеження стабільності та динаміки досліджуваного образу в уявленні сучасного комуніканта. Психолінгвістичні методи дослідження дозволили отримати та проаналізувати унікальний фактичний матеріал, виражений засобами мови, що розкриває ментальні механізми функціонування стереотипів. Виявлення мовних одиниць, що репрезентують стереотипні образи, встановлення їхньої семантичної структури здійснене на основі описового методу та семантичного аналізу. Застосований метод асоціативного експерименту способом анкетування дав можливість отримати мовні реакції на фольклорні образи, що узагальнюють стереотип української дівчини. Результати дослідження вербального вияву асоціацій у мовній свідомості сучасних комунікантів стверджують стабільність і часову тяглість фольклорних образів. Змістові й образні складники фольклорного стереотипу позначені консервативністю, цілісністю відтворення, наявністю емоційно-оцінного компонента, що відображено у великій кількості типових позитивних реакцій респондентів. Динамічні процеси у сприйнятті фольклорного стереотипу дівчини засвідчують нове та нетрадиційне смислове наповнення фольклоризмів чи загалом нерозуміння народнопісенного образу. Простежено механізм модифікації стереотипів, коли традиційні фольклорні образи у сприйнятті сучасних мовців змінюють свою конотацію, семантичне й стилістичне наповнення. Передбачено, що дослідження етнонаціональних стереотипів на міждисциплінарному рівні дозволить вивчити динамічні процеси сприйняття ментальної інформації, визначити чинники формування стереотипів.

Ключові слова: стереотип, етнічний стереотип, фольклорний стереотип, фольклоризм, психолінгвістичний експеримент, асоціативне поле, вербальна асоціація.

Постановка проблеми. Наукова тенденція дослідження національних стереотипів на міждисциплінарному рівні відкриває великі можливості для вивчення ментальних особливостей певної нації та системи її цінностей. Різноманітні підходи до вивчення стереотипів нам пропонують соціологи, психологи, етнопсихологи, лінгвісти, а саме: Є. Бартмінський, Є. Панасюк [Bartmiński], Ф. Бацевич [Бацевич], Л. Засекіна, С. Засекін [Засекіна], Т. Стефаненко [Стефаненко], В. Телія [Телія] та ін.

Сучасні наукові студії переважно присвячені аналізу теоретичних підходів до пояснення феномену «стереотип», окресленню основних методологічних напрямів для вивчення цього явища [Бутиріна], [Химович]. Проте досліджень науково-практичного характеру, які виявляють, аналізують образи, поняття, уявлення, що формують структуру стереотипів, у вітчизняній науці обмаль. Очевидно, це зумовлено невеликою кількістю розроблених методик дослідження стереотипів і складністю їхньої апробації.

Аналіз попередніх досліджень. Міждисциплінарний підхід до вивчення стереотипів, різноманітні методи дослідження дозволяють отримати та проаналізувати унікальний фактичний матеріал, виражений засобами мови, що розкриває ментальні механізми творення стереотипів, процеси стереотипізації. У психолінгвістиці стереотип трактують як елемент мовної свідомості, який акумульований в колективному досвіді та може бути виявлений на рівні асоціативних зв'язків [Засєкіна], [Селіванова]. Етнолінгвісти Є. Бартміньський, Є. Панасюк [Bartmiński], О. Белова [Белова] застосовують поняття «стереотип» / «фольклорний стереотип» для вивчення етнокультурних образів, що сформовані на ґрунті традиційних уявлень і функціонують у системі національної культури. Етносоціологія визначає етнічний стереотип як спрощений, усталений образ тієї чи іншої етнічності (групи, окремої особи), через який довкілля сприймає їх у процесі взаємодії з ними; схематизований, емоційно забарвлений і надзвичайно стійкий образ етнічної групи спільноти, який легко розповсюджується на всіх її представників [Євтух 2011 : 105].

Актуальність нашого дослідження зумовлена значним інтересом сучасних науковців до вивчення етнічних, національних стереотипів як елементів ментальної інформації народу, які закріплені у фольклорних текстах.

Мета статті – вивчити особливості сприйняття сучасними мовцями уже сформованого та зафіксованого у народних творах стереотипу української дівчини, простежити стабільність та динаміку досліджуваного образу в уявленні сучасного комуніканта.

Виклад основного матеріалу. Для дослідження фольклорних стереотипів було відібрано 20 фольклоризмів, що вказують на зовнішні ознаки людини чи її внутрішній стан: *очі, як зорі; очі-тернинки; карі очі; ясні очі; вустонька – тиха молитва; розмай-коса; руса коса до пояса; чорні брови – стрічки шовкові; брови, мов шнурочки; волосся, як смола; личко, як калина; біле личко; щічки, як яблуко; дівчина – з горіха зерня; дівчина, як калина; дівчина, як яблучко; дівчина, немов червона рожка; дівчина, як маковий цвіт; серце з перцем; серденько – колюче терня.* Більшість цих фольклоризмів часто вживається у народнопісенних

текстах. Вони також зафіксовані в «Словнику-показчику фольклоризмів», який поміщено в роботі С. Єрмоленко [Єрмоленко]. Саме це надає підставу класифікувати вказані образні вирази як фольклорні стереотипи й досліджувати їхнє сприйняття в сучасному мовному просторі.

Для виконання поставленої мети проведено психолінгвістичний асоціативний експеримент у формі анкетування. У ході експерименту зібрано й опрацьовано 150 анкет, у яких розміщено стереотипні фольклорні вислови, що характеризують зовнішні та внутрішні якості української дівчини. Структура анкети містила дані про вік, стать і соціальний статус респондентів.

Експеримент мав цілеспрямований характер, оскільки респондентам пропонувалося вказати свої асоціації, пов'язані із конкретними образами, і знаком «+» або «-» виразити позитивне чи негативне ставлення до них. Це дозволяє визначити ціннісні пріоритети в описі зовнішності, узусність / okazionalnіstь слів-реакцій інформантів, рівень мовної компетентності, розуміння національно-культурних образів сучасними мовцями.

Учасники експерименту – переважно студенти – 70% (віком від 18 до 23 років), а також представники середнього покоління – 30% (віком від 30 до 50 років). Анкетування проводилося роздавальним груповим способом у присутності дослідника, що забезпечило якісний рівень проведення експерименту. Більшість респондентів фіксувала декілька асоціацій до одного стимулу, лише 25% опитуваних подали одну реакцію на кожен стимул. До уваги взято всі варіанти відповідей, зафіксовані в анкетах, що становлять асоціативне поле фольклорних стереотипів, а найтипівіші визначають їхнє смислове ядро.

Формуючи зміст анкети, ми дібрали сталі вислови, які у фольклорному тексті несуть лише позитивне навантаження й описують красу української дівчини. Проте результати експерименту засвідчили і позитивне, і негативне сприйняття окремих фольклорних стереотипів, тому під час аналізу результатів анкетування фольклорні стереотипи були поділені на дві групи: перша група – це фольклоризми, яким однозначно дано позитивну чи в окремих випадках негативну оцінку; друга група – ті, що спонукали комунікантів до типових відповідей, проте різного ставлення.

До першої групи ввійшло більше фольклорних образів, оскільки вирішальну роль у визначенні красивих якостей відіграло національне сприйняття. Позитивне ставлення до фольклоризму *очі, як зорі* виражено такими означеннями: *блискучі* – 25%, *ясні* – 21%, *сяючі* – 12%, *світлі* – 11%, *виразні* – 7%. У найтиповіших відповідях була простежена семантика світла та блиску, менш частотні та одиничні відповіді вказують на якісні характеристики очей: кольору – *голубі* – 3%, *темні* – 1%, *карі* – 1%, *яскраві* – 1%; розміру – *великі* – 2%. А означення *живі, радісні, веселі, ніжні* вказують на внутрішній стан людини.

Найтиповішими асоціаціями до фольклоризму *карі очі* стали означення з позитивною конотацією, що виражають колір очей: *коричневі* – 42%, *темні* – 17%, *чорні* – 13%. Мало-частотні та індивідуальні відповіді несуть позитивне (*великі* – 3%, *глибокі* – 1%, *розумні* – 1%) та негативне (*пронизливі* – 3%, *злі* – 1%, *врочать* – 1%) навантаження. *Ясні очі* респонденти описали як *світлі* – 25%, *голубі* – 13%, *ніжні* – 10%, *виразні* – 10%, *добрі* – 9%, *сірі* – 6%, *яскраві* – 6%, *радісні* – 6%, *привітні* – 5%. Окремі респонденти конкретизували свої відповіді такими словосполученнями: *чесний погляд* – 3%, *прозорі, як вода*, – 1%, *з великими віями* – 1%, *чистий погляд* – 1%.

Отже, фольклорний образ очей має розгалужене асоціативне поле, оскільки він викликає велику кількість реакцій, які розподіляються на тематичні групи: колір – *голубі, блакитні, карі, чорні, зелені, коричневі, сині, волошкові, сірі, прозорі, як вода, як пиво*; відтінки світла – *блискучі, сяючі, ясні, світлі, темні, іскристі, яскраві*; розмір – *великі, маленькі*; форма – *глибокі*; емоційний стан – *радісні, веселі, сумні, загадкові, замріяні, щасливі, спокійні, холодні, привітні*; риса характеру – *щирі, хитрі, злі, добрі, ніжні, довірливі, вірні*; емоційно-функціональна характеристика – *світяться, випромінюють світло, пронизливі, швидкі, врочать, віддзеркалюють, холодний погляд, неприступний погляд, чесний погляд, чистий погляд*; інтелект – *розумні, мудрі*.

Образ волосся представлений в експерименті такими фольклоризмами: *розмай-коса, руса коса до пояса, волосся, як смола*. Словостимул *розмай-коса* викликало позитивні реакції

респондентів, які виражаються прикметниками, що характеризують параметри коси та красу волосся: *густе волосся* – 34%, *довга* – 28%, *товста* – 9%, *пишна* – 6%. Індивідуальні асоціації (*розкішне волосся, хвилясте, наче річка*) засвідчують образне мислення українських студентів. Очевидно, респонденти на підсвідомому рівні зберігають позитивну конотацію застарілої лексеми *розмай*, яка вживалася в народнопоетичних текстах зі значенням «що-небудь буйно розквітле, зелене (ліс, гай)» [Олексієнко 2002 : 72].

Негативне сприйняття образу *розмай-коса* зафіксоване трьома респондентами, які вважають таку косу *тонкою, неохайною та немодною*, тобто в їхніх реакціях актуалізоване значення «некрасива коса», що не відповідає адекватному розумінню фольклоризму. Найчастотнішими реакціями з позитивною оцінкою на фольклоризм *руса коса до пояса* стали такі: *довга* – 61%, *товста* – 15%, *густа* – 9%. Така висока частотність типових відповідей репрезентує стійкість цього стереотипу в сучасному мовному просторі.

Стереотип «*волосся, як смола*» теж засвідчує високу узгодженість у трактуванні цього образу мовцями: *чорне* – 63%, *темне* – 15%, *блискуче* – 13%. Нетиповою реакцією на цей вислів стала асоціація *воронове крило*, яка, очевидно, ґрунтується на спільній семантиці чорного кольору. Індивідуальне сприйняття такого волосся репрезентує реакція *непофарбоване*, що доповнена позитивною оцінкою.

Традиційним уособленням краси української дівчини здавна вважали чорні брови, це репрезентують фольклорні порівняння: *брови, мов шнурочки; чорні брови – стрічки шовкові*. До першої групи фольклорних стереотипів увійшло лише порівняння *чорні брови – стрічки шовкові*, яке респонденти сприйняли переважно позитивно, що підтверджують типові відповіді: *густі* – 38%, *рівенькі* – 24%, *широкі* – 10%; а також менш частотні та індивідуальні: *виразні* – 5%, *довгі* – 2%, *доглянуті* – 2%, *прямі* – 1%, *чорні* – 1%, *ідеальної форми* – 1%.

Типовими реакціями на фольклоризм «*личко, як калина*» стали такі: *рум'яне* – 31%, *гарне* – 17%, *рожеве* – 15%, *чисте* – 8%, *ніжне* – 7%, що підтверджують позитивне ставлення до цього образу. Деякі інформатори інтерпрету-

вали цей образ за допомогою таких прикметників: *червонощоке* – 7%, *червоне* – 3%, *надто червоне* – 1%, виявляючи буквально сприйняття й нерозуміння народних поетичних символів. Тут асоціативне поле першочергово актуалізує сему кольору «червоний», що порівняно з обличчям сприймається негативно.

Отже, поряд із тим, що більшість відповідей респондентів репрезентує загальну компетентність сучасних мовців у розумінні сталих фольклорних виразів, поодинокі відповіді опитаних засвідчують наявність певних негативних змін цілісного уявлення про стереотипи краси.

В анкеті представлено фольклоризми, що описують не окремих елемент зовнішності, а загальний образ української дівчини, тому на них відреаговано значно більшою кількістю відповідей. Найбільше варіантів опису зафіксовано на такі фольклоризми: *дівчина, як зоря* (29 номінацій); *дівчина – з горіха зерня* (28 номінацій); *дівчина, як калина* (22 номінації). Характерно те, що два з них – відомі національні символи, а інший (*дівчина – з горіха зерня*) – маловідоме сучасним мовцям народно-пісенне порівняння.

Фольклоризм «*дівчина – з горіха зерня*» викликав лише дві групи типових реакцій: *маленька* – 35%, де актуалізована сема розміру горіха «малий»; *із характером* – 17%, у якій актуалізована сема «міцний» на позначення твердості горіха. Обидві реакції мають імпліцитний характер асоціативних зв'язків, тому вони можуть трактуватися варіативно.

Малочастотні та індивідуальні реакції респондентів виражені прикметниками, які означають різноманітні риси характеру та фізичні можливості: *швидка* – 3%, *проворна* – 1%, *зграбна* – 1%, *унікальна* – 1%, *особлива* – 5%, *тверда* – 1%, *міцна* – 5%. Окремі з них створюють антонімічні пари: *добра* – 1% / *жорстока* – 1%; *сором'язлива* – 1% / *гостра на язик* – 1%; *привітна* – 1% / *з поганим характером* – 1%. Привертає увагу така відповідь студента (чол., 19 років): *така, як мама*, на яку, очевидно, його наштовхнула семантико-синтаксична структура народно-пісенного вислову.

Така різноплановість лексичних значень указує на те, що фольклоризм *дівчина – з горіха зерня* не є стереотипним образом у сучасному мовному просторі, оскільки він не узагальнює поняття в одному вислові. З усіх запропонова-

них варіантів відповідей важко визначити домінуюче значення представленого фольклоризму. Досить типова відповідь *незрозуміла* (10%) вказує на несприйняття цього образу і на мовну некомпетентність у конкретному випадку.

Народні порівняння, що ґрунтуються на словах-символах (калина, рожа, маків цвіт): *дівчина, як калина*; *дівчина, немов червона рожа*; *дівчина, як маковий цвіт* викликали в респондентів тотожні частотні відповіді, виражені узагальненими означеннями *гарна, красива, вродлива, мила*. Такі реакції були найчастотніші й передбачувані, адже, як стверджує М. П. Кочерган, «слово-символ – це максимально узагальнене значення на основі образної конденсації смислу. Символ – явище специфічно національне. Семантика символу виявляється лише в контексті світоглядної традиції певного народу» [Кочерган 2002 : 10].

Ці фольклоризми можна вважати найбільш стереотипізованими, тому що вони викликали велику кількість типових позитивно забарвлених відповідей, а малочастотні й індивідуальні відповіді, що виражали зовнішні та внутрішні риси української дівчини, теж були з позитивною конотацією. Індивідуальні відповіді щодо цих образів указують на окремі елементи зовнішності як обов'язковий атрибут ідеального образу української дівчини, наприклад: *дівчина, як калина, – з довгою косою, з кораловим намистом*; *дівчина, немов червона рожа, – з червоними губами, з квіткою і червоною стрічкою у волоссі*; *дівчина, як маковий цвіт, – з червоними устами, гарно одягнена*.

В анкеті представлені фольклоризми із ключовим словом «серце», що вказує на внутрішні якості української дівчини: *серце з перцем, серденько – колюче терня*. Прогнозованою була реакція на фольклоризм *серденько – колюче терня*, яка виразилась у негативному ставленні до особи з такими рисами характеру: *зла* – 21%, *горда* – 16%, *холодна* – 12%, *хитра* – 8%, *запальна* – 8%, *неприступна* – 7%, *поганий характер* – 6%, *жорстока* – 5%. Найбільш емоційно забарвлені номінації виражені в індивідуальних характеристиках, авторами яких були особи жіночої статі: *ворожа, язиката, різка, язва, зміючка*. Однак було зафіксоване й позитивне ставлення до цього образу: *сильна, гаряча, здатна вистояти у біді, не реагує на образи, чутлива, вразлива*.

Зміни в мовній свідомості сучасних комунікантів засвідчує нове та нетрадиційне смислове наповнення фольклорних образів, почасти перехід від позитивних конотацій у пісенних текстах до негативного сприйняття сучасними мовцями, що стверджують асоціації респондентів на виокремлену нами другу групу фольклорних образів-стимулів. Наприклад, ставлення до фольклоризму *очі-тернинки* представлене найчастотнішими відповідями, що виражають і позитивну (*маленькі, темні, чорні, карі*), і негативну (*колючі, маленькі, темні*) реакцію. Очевидно, що фольклоризм *очі-тернинки*, який у народній пісні уособлює красу української дівчини, сьогодні втратив позитивне смислове навантаження, оскільки 52 відсотки респондентів негативно сприйняли такий образ.

Результати експерименту показали, що фольклоризм *біле личко* змінив свою традиційну семантику в сприйнятті сучасних мовців. Н. О. Данилюк стверджує, що «в українському пісенному фольклорі епітетні сполуки *біле, рум'яне, красне личко* об'єднуються в один синонімічний ряд зі спільною семою *гарне*. Тобто можливості абстрагуватися від семи кольору закладені ще в семантиці традиційного епітета, де прикметник *білий*, що має у фольклорі другий план значення, використовується як оцінне означення – *гарний, красивий*» [Данилюк 2010 : 113]. У сприйнятті сучасних мовців спостережено відхід від розуміння семантики прикметника *білий* у традиційному значенні *біле личко*, що підтверджують відповіді респондентів із негативною конотацією. Некрасивим *біле личко* вважають 45% опитуваних, вказуючи, що воно *бліде – 28%, надто біле – 8%, біле – 7%, як молоко – 1%, мляве – 1%*. 55 відсотків респондентів зафіксували в анкетах своє позитивне ставлення до запропонованого означення *біле личко*. Позитивна оцінка виражена й у типових (*чисте – 25%, світле – 17%, біле – 5%, ніжне – 2%*), і в індивідуальних (*свіже, молоде, вишукане*) відповідях. У більшості мовців асоціативний зв'язок побудований за допомогою прямого значення прикметника *білий*, проте індивідуальні реакції сформовані на імпліцитних зв'язках та образному мисленні: *мляве, свіже, молоде, аристократичне, вишукане*.

Другу групу фольклорних стереотипів, що оцінені й позитивно, й негативно, також допо-

вноє фольклоризм *щічки, як яблуко*. Типові реакції щодо фольклоризму *щічки, як яблуко* розділились майже порівну: 51% опитуваних демонструють негативне враження, а 43% позитивно ставляться до такого образу. Асоціації респондентів актуалізували значення кольору: *рум'яні – 27%, червоні – 21%, рожеві – 15%*; форми: *пухкі – 13%, круглі – 11%*; розміру: *великі – 8%, товсті – 5%*. Очевидно, все, що асоціюється з повнотою й виражене прикметниками *пухкий, круглий, великий, товстий* в сучасного комуніканта викликає переважно негативну оцінку.

Дівчина, як яблучко подобається 40% респондентів у значенні *повна – 13%, пухкенька – 8%, кругленька – 5%, рожевощока – 5%, пишна – 4%, рум'яна – 1%, весела – 1%, гарна – 1%, вродлива – 1%, червона – 1%*. Більшість (60%) цей образ сприймає негативно, фіксуючи такі прикметники: *кругленька – 17%, повна – 15%, пухкенька – 6%, рожевощока – 4%, пишна – 2%, низька – 5%, невисока – 3%, круглобока – 1%, повновиди – 1%, товста – 1%, пухнаста – 1%*. Проте в пісенному фольклорі означення *кругленький, пухкенький, круглолиця, повновиди* несуть лише позитивне навантаження. Показово, що респонденти свою негативну оцінку виражають за допомогою зменшено-пестливих утворень (*пухкенька, кругленька*), які вносять пестливі відтінки в значення фольклоризму.

Фольклоризм *серце з перцем* викликав найбільшу кількість асоціацій в експерименті (31%), що відзначилися різноманітними смисловими навантаженнями. За формальним вираженням відповіді розділилися на три групи: 1) ті, що узгоджені з іменником «серце» та виражені прикметниками середнього роду – *гаряче, жорстоке, палке, запальне, пристрасне, азартне, пекуче, колюче, жагуче*; 2) ті, що створюють імпліцитний зв'язок і узгоджені з іменником «дівчина», виражені прикметниками жіночого роду або сполученням іменника з прийменником – *горда, бойова, весела, різка, язва, емоційна, сердита, зла, підступна, хитра, швидка, смілива, з характером, з гонором*; 3) ті, що виражені ідіомами – *гостра на язик, скаже як відріже*.

Друга група найчисельніша за кількістю мовних одиниць, проте реакції, які представляють першу групу, постають найчастотнішими серед інших. Отже, фольклоризм *серце з пер-*

цем постає багатоплановою конотацією, що містить полярно протилежні емоційні навантаження, наприклад: *жорстоке – палке, запальне, пристрасне; весела, швидка, смілива, розумна – різка, сердита, підступна, хитра, вредна.*

Досліджуючи механізми сприймання фольклорних стереотипів, варто звернутися до аналізу асоціативних полів, отриманих під час експерименту. Реакції на фольклоризми підтверджують, що найчисельнішою (усі типові відповіді) є група асоціацій за суміжністю (синтагматичні, що творять зі стимулом природні сполучення слів): *очі, як зорі, – блискучі; карі очі – пронизливі; розмай-коса – довга.* Учені стверджують, що множина ймовірних асоціацій цього типу найпотужніша: «Вони здебільшого піддаються логізації і реалізуються в зовнішній мові на синтагматичному рівні. Національні особливості в них, однак, можуть проявлятися як наслідок різного історичного досвіду та ментальності етносу» [Пінчук 2005 : 34].

Асоціативний експеримент цілеспрямовано мав на меті визначити ставлення респондентів до кожного фольклоризму, тому апріорі зрозуміло, що всі асоціації мають емоційно-експресивний характер. Окремі респонденти вказували лише оцінне ставлення (дівчина, як калина, – *красива*, личко, як калина, – *гарне, вродливе*), не наводячи докладнішого опису. Емоційно-експресивні асоціації «в онтогенезі людини формуються найпершими <...> і в процесі її соціалізації в рідномовному середовищі набувають яскраво вираженого національного характеру» [Пінчук 2005 : 33], що підтверджує проведений експеримент.

Фактичний матеріал представляє також групу конкретно образних асоціацій (образ, яким він уявляється конкретній людині в певний момент) – це індивідуальні відповіді, в котрих описано конкретну деталь, що створює загальний образ: дівчина, як калина, – *з кораловим намистом*; дівчина, немов червона рожа, – *з квіткою і червоною стрічкою у волоссі, з червоними губами*; розмай-коса – *в яку вплетена кольорова стрічка.* Вчені стверджують, що цей тип асоціацій відзначений індивідуальністю, проте «такі асоціації зумовлені (через особистий досвід) особливостями середовища, в якому живе етнос, і в міру цього вони є національно специфічними» [Пінчук 2005 : 37].

Найменш чисельна група – група етнокультурних асоціацій, які могли виникнути лише в представника конкретної культури, котрий вільно оперує специфічно національними одиницями мови. В експерименті ця група представлена трьома прикладами: *скаже як відріже; гостра на язик; брови варті вола* (з народної пісні). Два останніх приклади зафіксовані в кількох анкетах.

Висновки. Узагальнюючи результати асоціативного експерименту, варто зазначити, що подані в анкетах традиційні означення, а також відповіді респондентів, які містять уявлення про зовнішні та внутрішні якості української дівчини, становлять комплекс рис – складників фольклорного автостереотипу українки. Автостереотипи, як правило, тяжіють до гіперболізованої позитивності в оцінюванні рис, що підтвердили відповіді респондентів.

На сприйняття фольклорного стереотипу сучасним мовцем вплинули традиційні уявлення та національний світогляд, що відображено в позитивному ставленні до народних образів, а також у більш частотних та типових реакціях респондентів.

Неадекватне сприйняття або нерозуміння фольклоризмів пояснюється незнанням своєї культури, впливом сучасного розвитку суспільства, що засвідчують малочастотні й індивідуальні відповіді. Деякі респонденти не змогли охарактеризувати той чи інший образ, ставлячи знак питання чи зазначаючи «незрозуміло». Цей факт підтверджує, що деякі уснопоетичні образи не сприймає окрема група респондентів, вони втрачають традиційне значення, а також свою стереотипність у сучасному мовному просторі.

У процесі стереотипізації досить важливим є чинник конкретно-чуттєвого змісту образів, тому найстійкішими фольклорними стереотипами можна вважати ті, що викликали однаково позитивну чи негативну реакцію, яку виражає велика кількість типових відповідей респондентів. За результатами проведеного асоціативного експерименту такими стереотипними фольклорними образами можна вважати уснопоетичні формули, що ввійшли до першої аналізованої групи й відзначилися однаковою емоційною оцінкою, хоча мали велику кількість і типових, і одиничних асоціацій. Проте таке

явище є закономірним, оскільки кожен стереотип має своєрідне поле варіативності.

Результати асоціативного експерименту показали, що друга аналізована група фольклоризмів, яка викликала в респондентів неоднозначне оцінювання, отримала велику кількість малочастотних та індивідуальних асоціацій із різноманітним семантико-емоційним наповненням. Вони втратили традиційну семантику, а отже, й головну властивість стереотипів – стабільність, узгодженість. Асоці-

ативний експеримент дозволив простежити механізм модифікації стереотипів, коли етнічні стереотипи від присутності нових понять, що з'явилися в сучасному суспільстві із новими цінностями життя, піддаються змінам.

Перспективи подальших досліджень етнокультурних стереотипів на міждисциплінарному рівні надають можливість системного аналізу їхнього функціонування в суспільстві з урахуванням лінгвальних, культурних, психологічних чинників.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Белова О.В. Этнокультурные стереотипы в славянской народной традиции. Москва : ИНДРИК, 2005. 288 с.
3. Бутиріна М.В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі : монографія. Дніпропетровськ : Слово, 2009. 512 с.
4. Данилюк Н.О. Поетичне слово в українській народній пісні : монографія. Луцьк : Волинський національний університет ім. Лесі Українки. 2010. 512 с.
5. Євтух В.Б. Етносоціологія : довідник. Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. 205 с.
6. Єрмоленко С.Я. Фольклор і літературна мова : монографія. Київ : Наукова думка, 1987. 244 с.
7. Засєкіна Л.В., Засєкін С.В. Психолінгвістична діагностика. Луцьк : Вежа, 2008. 188 с.
8. Кочерган М.П. Мова як символ соціальної солідарності. *Вісник Київського лінгвістичного університету. Серія «Філологія»*. 2002. Т. 5. № 2. С. 5–13.
9. Мізін К.І. Психолінгвістичний експеримент чи соціолінгвістичний моніторинг? Епістемологічні пошуки аксіологічної фразеології (на матеріалі компаративної фразеології). *Мовознавство*. 2008. № 1. С. 67–79.
10. Олексієнко Л.П., Шумейко О.Л. Сучасний тлумачний словник української мови. Київ : Кобза, 2002. 544 с.
11. Пінчук О.Ф., Черв'як П.І. Нариси з етно- та соціолінгвістики. Київ : Просвіта, 2005. 152 с.
12. Селіванова О.О. Етнокультурна компетенція : когнітивне підґрунтя й мовна репрезентація. *Вісник Черкаського університету. Серія «Філологічні науки»*. 2019. № 1. С. 3–13.
13. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. Москва : Аспект-Пресс, 2014. 352 с.
14. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. Москва : Наука, 1986. 126 с.
15. Химович О.С. Основні теоретичні концепції у вивченні стереотипів. *Вісник Львівського національного університету. Серія «Соціологія»*. 2018. № 12. С. 158–172. URL: <http://dx.doi.org/10.30970/vso.2018.12.17> (дата звернення: 29.11.2021).
16. Bartmiński J., Panasiuk J. Stereotypy językowe. Współczesny język polski. Wrocław : Wiedza a Kultura. Lublin, 2001. S. 20–41.

REFERENCES

1. Batsevych, F.S. (2004). *Osnovy komunikatyvnoyi lingvistyky [Fundamentals of Communicative Linguistics]*. Kyiv : Akademiya [in Ukrainian].
2. Belova, O.V. (2005). *Etnokulturnye stereotipy v slavyanskoj narodnoj traditsyi [Ethnocultural stereotypes in the Slavic folk tradition]*. Moscow : INDRIK [in Russian].
3. Butyrina, M.V. (2009). *Stereotypy masovoyi svidomosti : osoblyvosti formuvannya ta funktsionuvannya u mediaseredovyshchi [The stereotypes of the mass consciousness : the particularities on the forming and functioning in the media environment]*. Dnipropetrovsk : Slovo [in Ukrainian].
4. Danyluk, N.O. (2010). *Poetychne slovo v ukrayinskij narodnij pisni. [Poetic word in Ukrainian folk song]*. Lutsk : Volyn. nats. un-t im. Lesi Ukrainky [in Ukrainian].
5. Yevtukh, V. B. (2011) *Etnosotsiologhiya: dovidnyk. [Ethnosociology: handbook]* Kyiv : Vyd-vo NPU imeni M.P. Drahomanova [in Ukrainian].
6. Yermolenko, S.Ya. (1987). *Folklor i literaturna mova. [Folklore and literary language]*. Kyiv : Nauk. dumka [in Ukrainian].
7. Zasiakina, L.V., & Zasiakin, S.V. (2008). *Psiholingvistichna diagnostyka [Psycholinguistic diagnosis]*. Lutsk : Vezha [in Ukrainian].
8. Kochergan, M.P. (2002). Mova yak symbol sotsialnoji solidarnosti [Language as a symbol of social solidarity]. *Visn. Kyiv. lingvist. un-tu. Ser. Filologiya – Kyiv National Linguistic University's Journal. Philology*, (T. 5.), 2, 5–13 [in Ukrainian].

9. Mizin, K.I. (2008). Psiholingvistychnyj eksperyment chy sotsiolingvistychnyj monitoryng? Epistemologichni poshuky aksiolochnoyi frazeologiyi (na materialy komparatyvnoyi frazeologiyi) [Psycholinguistic experiment or sociolinguistic monitoring? Epistemological quests for axiological phraseology (based on comparative phraseology)]. *Movoznavstvo – Linguistics*, 1, 67–79. Retrieved from: https://movoznavstvo.org.ua/index.php?option=com_attachments&task=download&id=416 [in Ukrainian].
10. Oleksiyenko, L.P., & Shumejko, O.L. (2002). *Suchasnyj tlumachnyj slovnyk ukrayinskoyi movy*. [Modern Ukrainian Dictionary of Interpretation]. In Oleksiyenko, L.P. & Shumejko, O.L. (Eds). Kyiv : Kobza [in Ukrainian].
11. Pinchuk, O.F., & Chervyak, P.I. (2005). *Narysy z etno- ta sotsiolingvistyky*. [Essays on Ethno- and Sociolinguistics]. Kyiv : Prosvita [in Ukrainian].
12. Selivanova, O.O. (2019). Etnokul'turna kompetentsiya : kohnityvne pidgruntya y movna reprezentatsiya. [Ethnocultural competence: cognitive background and linguistic representation]. *Visnyk Cherkas'koho universytetu. Ser. Filolohichni nauky. – Bulletin of Cherkasy University. Ser. Philological sciences*. 1. 3–13. [in Ukrainian].
13. Stefanenko, T.G. (2008). *Etnopsihologiya* [Ethnopsychology]. Moscow : Aspekt-Press [in Russian].
14. Teliya, V.N. (1986). *Konnotatynnyj aspekt semantiki nominativnyh edinits* [The connotative aspect of the semantics of nominative units]. Moscow : Nauka [in Russian].
15. Himovich, O.S. (2018). Osnovni teoretychni kontseptsii u vvychneni stereotypiv [Fundamental theoretical concepts in the study of stereotypes]. *Visn. Lviv. Un-tu. Seriya Sotsiol – Lviv University's Journal. Sociology*. 12, 158–172. <http://dx.doi.org/10.30970/vso.2018.12.17> [in Ukrainian].
16. Bartmiński, J. & Panasiuk, J. (1993). *Stereotypy językowe. Współczesny język polski* [Language stereotypes. Contemporary Polish]. Wrocław : Wiedza a Kultura [in Polish].

V. V. ANDRIIEVSKA

*Ph.D. in Philology, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Romance Philology,
Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, Ukraine
E-mail: andriievskaviktorii@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2829-2036>*

N. V. LYASHUK

*Ph.D. in Philology,
Associate Professor at the Department of Information and Tourism,
Higher Education Institution “Open International University of Human Development “Ukraine”,
Lutsk, Ukraine
E-mail: nat_lashuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-1305-2227>*

STATICS AND DYNAMICS OF FOLKLORE STEREOTYPE: RESULTS OF ASSOCIATIVE EXPERIMENT

The article is devoted to the study of ethnic stereotype as a carrier of mental information formed in folk songs. The aim of the scientific publication is to study the folklore stereotype of the Ukrainian girl, to trace the stability and dynamics of the studied image in the imagination of the modern speaker. Psycholinguistic research methods have allowed to obtain and analyze a unique factual material, expressed by means of language, which reveals the mental mechanisms of stereotype functioning. The identification of linguistic units representing stereotypical images, the establishment of their semantic structure was performed on the basis of descriptive method and semantic analysis. The method of purposeful associative experiment used in the research by way of questioning has provided an opportunity to get linguistic reactions to folklore images that generalize the stereotype of the Ukrainian girl. The results of the study of verbal manifestations of associations in the linguistic consciousness of modern communicators confirm the stability and temporal gravity of folklore images that construct the stereotype of the Ukrainian girl. Substantive and figurative components of the folklore stereotype are indicated by conservatism, integrity of reproduction, presence of emotional-evaluative component, which is reflected in a large number of typical, positive reactions of the respondents. Dynamic processes in the perception of the girl's folklore stereotype attest to a new, unconventional semantic filling of folklore, or to the general incomprehension of the folklore image. The associative experiment made it possible to trace the mechanism of modification of stereotypes when traditional folklore images in the perception of contemporary speakers change their connotation, semantic and stylistic content. It is envisaged that the study of ethno-national stereotypes at the interdisciplinary level allows to study the dynamic processes of mental information, to determine the factors of stereotype formation.

Key words: stereotype, ethnic stereotype, folklore stereotype, folklorisme, psycholinguistic experiment, associative field, verbal association.