

ДО СЕМАНТИКИ СЛОВА-СТИМУЛУ OSTERN (на матеріалі спрямованого асоціативного експерименту)

Ostern "Паска, Великдень" — це свято свят, торжество із торжеств усього християнського світу. Це День, коли воскрес із мертвих Ісус Христос, спокутувавши своїми муками на хресті усі гріхи людства. "Христос воскрес!" вітають один одного християни і бажають тим самим здоров'я і благополуччя. У відповідь обов'язково лунає "Воістину воскрес!", що означає вірування в диво і життя. При цьому вітання супроводжується обіймами й трикратними поцілунками. Передуючи аналізу семантики асоціатив заявленого в титулі статті слова-стимулу, зазначимо, що серед відповідей-реакцій нами зареєстровано *Jesus* і *Christus* як окремі асоціації, тобто назва свята *Ostern* вмотивовується, з одного боку, власним ім'ям Сина Божого, з іншого — званням, що "походить від грецького перекладу слова Месія (чи єврейською Машиах) і означає "помазаник"" [8, 46]. Диференціація імені й звання дозволяє розглядати *Ostern* як "живе" сакральне Слово, жертвопринесення якого не лише сприяло очищенню планетарної матерії (Ісус як запланована жертва), а й впорядкуванню й гармонії Космосу (Христос як освячена жертва).

Паска є радісним і світлим святом, яке оспівує Життя як земне буття і Любов як основу земного буття. Вона є підтвердженням того, що смерті як небуття немає. Смерть — це лише обов'язковий етап на шляху людини, кінець її земного й початок космічного чи вселенського життя. Тут висувається на передній край відповідь-асоціація *Freude*, яка вказує на емоційний стан впевненої в собі людини, людини, котра розуміє просту істину — "життя сповнене глибокого смислу" [4, 125], воно вічне й безкінечне.

За тлумачними словниками семантика *Ostern* постає лаконічно й конкретно: "*Fest der Auferstehung Christi*" [11, 699]; "1. *das Fest im Frühling, mit dem die Christen die Auferstehung von Jesus Christus feiern*" [13, 803]; "1 *kirchliches Fest der Auferstehung Christi*" [14, 711]. Тут великий інтерес являє собою характеристика свята, яке варіює від самотійного пересування Бого-людини у вертикальній площині до весняного місяця й церковних традицій. Схематично семантичний ланцюг слова *Ostern* можна зобразити таким чином: свято руху Христа в напрямку знизу-вгору → циклічне свято християн → церковне свято. Тобто підкреслюється той факт, що свято має не лише біблійні магичні основи, а й хронологічну та релігійну визначеність. Очевидним є й те, що свято як біблійна категорія має на меті зміну судження, ставлення саме єврейського етносу до Бога, релігії, цінностей навколишнього світу, себе й інших у ньому. Особистий вплив Ісуса через власну публічну смерть і втаємничене воскресіння більшою мірою пов'язаний із божественною сутністю людини, а не з Його особистістю, ролі якої визначає соціум. Отож можна стверджувати, що *Ostern* впливає не тільки на розум, але й почуття людини, належить до такого способу психологічного впливу

Бога на обраний народ, який діє на раціональне й емоційне начало індивіда, формуючи при цьому нові погляди, стосунки, що теоретично і практично відповідають божественним вимогам і міжособистісним нормам.

Принагідно зазначимо, що слово *Ostern* етимологізується на космічному тлі як планета Венера чи Ранкова зірка й одночасно мислиться як індоєвропейський теонім жіночого божества. Наведені семантичні паралелі — космічне й сакральне —, за Ф. Клуге, потребують подальших досліджень і лінгвістичних реконструкцій. Передбачається, що слово могло позначати *світанок* як час відведений для літургії у християнському святі (Вознесіння Господнє); античність тлумачить *Ostern* як *білий одяг* тих людей, які приймають хрещення [12, 605-606]. Отже, вихідні складники *Ostern* відрізняються від поняттєвих космічно-сакральних-часово-рухо-кольоровими елементами. При цьому варто враховувати, що носії християнських традицій кваліфікують *Паску* як церковний захід, що апелює до останньої вечері Ісуса Христа із Своїми учнями. Тут до *Ostern* додається, з одного боку, семантика святкової, а з іншого — поминальної трапези, а також біблійний зміст свята та мінливість морального імперативу близьких за духом людей. Все це свідчить про актуальність вибору теми нашої студії. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вивчення психологічно реального значення *Ostern* задля уникнення міжкультурних непорозумінь.

Метою статті є визначення семантики асоціатів на слово-стимул *Ostern* шляхом експериментального методу.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- 1) описати основні індивідуально-психологічні особливості респондентів: стать, вік, місце навчання, майбутня професія;
- 2) виявити лінгвістичні особливості реакцій-відповідей досліджуваних на слово-стимул;
- 3) окреслити наповнення семантичного простору одержаних асоціатів.

Вивчення анкетних даних дало змогу скласти загальне враження про учасників спрямованого асоціативного експерименту (САЕ) за категорією "Емоції, почуття людини". Це — аутентичні носії мови у віці від 15 до 69 років, котрі мешкають у різних куточках Німеччини, зокрема м. Берлін (3), Вупперталь (2), Галле (2), Гейдельберг (1), Дортмунд (1), Дрезден (8), Дюссельдорф (10), Кельн (1), Кіль (2), Майнц (26), Мастріх (1), Мюнстер (1), Мюнхен (20), Падерборн (1).

Форма проведення САЕ – 1) макрогрупова (Дрезден, Дюссельдорф, Майнц, Мюнхен), 2) мікрогрупова (Вупперталь, Галле, Кіль), 3) індивідуальна (інші наведені міста).

Кількість досліджуваних — 79 осіб: 59 жінок і 20 чоловіків. Рід занять є різноманітним: учениці й учні (3), студентки й студенти педагогічних і філологічних факультетів університетів м. Майнц (26), Мюнхен (20), спеціалісти у різних галузях виробництва: а) технічній (8), б) медичній (5), в) соціальній (4), г) економічній (3), д) юридичній (3), е) обслуговування (2) та студентки, котрі ще не визначилися із своєю майбутньою професією, хоч і вивчають іноземну філологію (3).

Форма подачі слів-стимулів і викладення відповідей-реакцій — письмова. Термін проведення САЕ — лютий-березень 2012 р.

Було пред'явлено подразники у вигляді 25 слів-стимулів (всього п'ять кластерів). При цьому *Ostern* інвентаризовано в V кластері (імпліцитно) "Основні свята етносу".

Нами зареєстровано 81 чи 103% асоціатів. Цей показник може вказувати як на ступінь привабливості слова-стимулу, так і значущість його змісту.

Аналіз відповідей-реакцій, вироблений у психології й психолінгвістиці, охоплює три напрями: лінгвістичний, психолінгвістичний і психологічний [6, 93], два принципи — формальний і змістовий.

У рамках *формального* аналізу розглядаються фонетичні, словотвірні [7, 109] і граматичні асоціації [6, 93], *змістовий* аналіз — це виділення парадигматичних, синтагматичних і / чи тематичних типів відношень між стимулом і реакцією [7, 109].

Для *лінгвістичного* аналізу одержаних асоціатів виходитимемо із формально граматичного рівня, де можна виділити шість різновидів реакцій:

1) реакція-словоформа (70 чи 88,61%): *Auferstehung, Bier, Christus, Duft, Ei, Eier (17), Eierfarben, Eiersuche, Essen, Familie, Feiertage, Ferien, Fest, Freude, Frühling (7), Gärten, Geschenk, Grün, Hase (10), Hasen (2), Heiligkeit, Jesus, Kinder, Kirche, Knospen, Krokant, Ostereier (3), Ostereierkometen, Osterhase (4), Schokolade, Schnee, Sonne, Überraschung;*

2) реакція-синтагма (5 чи 6,33%): *Eier suchen, froher Morgen, gefärbte Eier, Kinds Schokolade, 4 Tage Urlaub;*

3) реакція-словосполучення (2 чи 2,53%): *bunt, lästig;*

4) реакція-ланцюг (1 чи 1,27%): *Hase, Ei;*

5) реакція-знак (1 чи 1,27%): " (очевидно, досліджуваний має на увазі попередню відповідь-реакцію *Christentum* на слово-стимул *Weihnachten*);

6) реакція-синтагмо-символ (1 чи 1,27%): *auch nicht :).*

Два останні різновиди відповідей-реакцій можуть указувати на синтез вербальної і невербальної інформації або на швидкість передачі (приємної, радісної) інформації в цілому чи обмеженість обсягу повідомлення. Зрозуміло єдине — *лапки* і *смайлик* як явища відповіді-реакції є інновацією, яка починає своє існування на теренах САЕ.

Найпоширенішою реакцією є реакція-*словоформа*, що може свідчити про той факт, що слова існують у фонді мовної пам'яті як віртуальні, номінативні мовні одиниці, що активізують конкретні (*Kirche*) (54 чи 68,35%), абстрактні (*Freude*) (5 чи 6,33%) й збірні поняття (*Essen*) (4 чи 5,06%); категорії: "рух" (*Auferstehung*), "свято" (*Fest*), "відпочинок" (*Ferien*), "колір" (*Grün*), "власна назва" (*Jesus*), "емоції" (*Überraschung*), "кількість" (*Hasen (2)*), "дія" (*Eiersuche*) (всього 33 чи 41,77%); символи (від гр. *symbolon* — "знак") (*Ei, Grün, Hase (10)*) (12 чи 15,19%); уявлення про атрибути (*Ostereier (3), Osterhase (4)*), фази святкування *Паски (Ferien)* (11 чи 13,92%). У цьому контексті поняття, категорії, символи і уявлення є мірою асоціатів *Ostern*. Їх співвідношення у фактологічному матеріалі є прямо пропорційним: що більше понять, то менше категорій, що більше категорій, то менше символів, що більше символів, то менше уявлень. Безумовної

протилежності між ними не існує. За своєю суттю поняття — це збереження істотних ознак об'єктів, категорія — це збереження певного інваріанта ознак об'єктів, символ — це збереження усіх культурних феноменів і елементів об'єкта і ставлення до нього, уява — це відтворення збережених істотних ознак і / чи інваріантної ознаки і витвір нового образу об'єктів. І збереження, і поєднання, і відтворення, і творення є акт розуму. Варто зважити й на те, що ключовими компонентами розуміння будь-яких фактів є "достатні знання та життєвий досвід людини" [5, 175]. Отже, зміст одержаних асоціатів корелюватиме із глибиною знань, емоційним і аксіологічним досвідом досліджуваних, умінням цілеспрямовано інтерпретувати фрагменти об'єктивного світу [9, 44].

До основних граматичних характеристик наведених прикладів належать:

1) загальне функціональне навантаження мовних одиниць — слово (74 чи 93,67%), як наприклад: *Duft* і словосполучення (5 чи 6,33%), як наприклад: *froher Morgen*; слово, будучи, особливою формою відображення об'єктивної дійсності, не лише позначає предмети чи явища, а й дає змогу людині оперувати речами мисленнево навіть при їх відсутності, здійснювати розумові дії і експерименти над предметами чи явищами; тут семантика асоціатів є відносно вільною й функціонально дифузною; словосполучення як рівноправна одиниця номінації є завжди складною назвою (В. В. Виноградов), утвореною за тією чи іншою структурною схемою, має насамперед конкретну семантику, апелює до певної ситуації комунікативного акту; можна констатувати, домінування слова корелює із завданням нашого САЕ;

2) гомогенний характер лексико-граматичного класу слів — повнозначні частини мови, в тому числі: іменники (68 чи 86,08%), прикметники (2 чи 2,53%), власні назви (2 чи 2,53%); домінування іменників свідчить про предметний зв'язок асоціацій, який регулює відповідність між цінностями, інтересами, емоційним станом досліджуваних;

3) особливість форми викладення асоціатів — іменники подаються без артикля, як наприклад: *Sonne*, тобто акцентується суто значення, а не граматичні категорії слова; прикметники — в позитивній формі, двома різновидами — якісні, як наприклад: *bunt* і відносні, як наприклад: *lästig*;

4) категорія числа — одина, як наприклад: *Hase (10)* і множина, як наприклад: *Hasen (2)*;

5) функція слова у висловлюванні чи реченні — прикметники як означення, наприклад: *froher Morgen* чи *gefärbte Eier*;

6) засіб утворення "словника-асоціатів" досліджуваних — словотворення (*Eiersuche*), зміна значення слова (*Knospen*), запозичення (гр. *Kirche*, лат. *Christus*, *Familie*, *Fest*, (-) *Komet*, нідер. *Schokolade*, фр. *Krokant*);

7) тип словотворення слів "словника" — прості (*Ei*), похідні (*Geschenk*, *Überraschung*), складні (*Osterhase (4)*);

8) спосіб словотворення: 8.1 суфіксальний (*Frühling (7)*), 8.2 префіксальний (*Urlaub*), 8.3 конверсивний [дієслова, прикметники] (*Essen*, *Grün*), 8.4 словоскладання (*Eierfarben*);

9) походження мовних одиниць — питомі, як наприклад: *Freude* і запозичені (див. приклади вище).

У семантичній структурі одержаних асоціатів на слово-стимул *Ostern* виділяються три різновиди сем за модальністю переживання:

1) нейтральні (77 чи 97,47%), як наприклад: *Ei* ("1. a) *kleines, meist ovales, von einer Schale umschlossenes Gebilde, das von weiblichen Vögeln, Reptilien, Fischen (u.a.) hervorgebracht wird und in dem ein neues Tier heranwächst; b) (meist von einem Huhn gelegtes) Ei als Nahrungsmittel; 2. befruchtete oder nicht befruchtete tierische oder menschliche weibliche Keimzelle"), Schnee* ("1. *Niederschlag (aus gefrorenem Wasser) in Form von Schneeflocken; 2. geschlagenes Eiweiß; 3. (Jargon) Droge, die als weißes Pulver gehandelt wird, besonders Kokain*") [11, 297, 819];

2) позитивні (2 чи 2,53%), як наприклад: *Freude* ("1. *Gefühl des Frohseins; 2. alles Beglückende, Schöne, was jmdn. erfreut*"), *Überraschung* ("1. *das Überraschtsein; 2. a) etwas, was jmdn. überrascht (a), was keiner erwartet hätte; b) etwas, Schönes, womit jmd. Nicht gerechnet hat*") [11, 195, 955];

3) негативні (2 чи 2,53%), як наприклад: *auch nicht :), lästig* ("jmdn. in unangenehmer Weise beanspruchend, störend, ihn in seinem Tun behindernd") [11, 595-596].

Домінування в семантичній структурі одержаних асоціатів саме нейтральних сем може вказувати на значущість і місце нейтральних емоцій у житті досліджуваних, осмислення нейтральних функціональних характеристик об'єкта розуміння (*Ostern*), зсув у способі інтерпретації дійсності, тенденцію до переоцінки цінностей, що здійснилася на початку ХХІ століття як у емоційній сфері етносу, так і у вербальному її осмисленні, також мінливість інтересів, умотивованих більш тверезим, розумно-практичним поглядом на життя, незалежністю й самостійністю молодого покоління, бездуховною діяльністю етносу чи кризою прояву емоцій відповідно.

Нейтральність наведених і інших асоціатів досягається збалансованістю елементів у межах семантичної структури мовної одиниці. Щодо вживання нейтрального слова у висловлюванні, то порушення будь-яких лексико-граматичних чи семантичних норм, логічності побудови речення як засобу комунікації може бути джерелом емотивного переосмислення чи активації емотивності лексеми [2, 60]. Отже, нейтральність асоціатів є відносною, потребує "перевірки" комунікативним актом, ціннісними й нормативними орієнтаціями, соціальною установкою, особистісним ставленням до об'єкту.

Наше спостереження над семантичним аспектом одержаних асоціатів показує, що *Ostern* у цілому пов'язане із тваринним світом (*Hase* (10), *Hasen* (2)), релігійними й традиційними поглядами (*Auferstehung, Christus, Heiligkeit, Jesus, Kirche, Ostereier* (3), *Ostereierkometen, Osterhase*), порою року (*Frühling* (7)), алкогольним напоєм, продуктами харчування (*Bier, Ei, Essen, Kinds Schokolade, Krokant, Schokolade*), емоціями (*auch nicht :), Freude, froher Morgen, lästig, Überraschung*), дистанціюванням від професійної діяльності чи роду занять (*Ferien, 4 Tage Urlaub, Feiertage, Fest*), фазою розвитку людини як особистості (*Kinder*), прикладним аспектом християнізації свята (*Eierfarben, gefärbte Eier*), кольором (*bunt, Grün*), спеціально організованим розшукуванням яєць (*Eiersuche, Eier suchen*), вегетацією рослин (*Grün, Knospen*), найбільшим космічним тілом нашої галактики (*Sonne*). Як бачимо, одержані асоціати орієнтовані на тваринний

світ, духовність, циклічність часу активації життєвих сил організму, біологічну життєзабезпеченість, емоційність, соціалізацію, морально-етичні цінності, центризм світобудови.

Вивчення індивідуальних проявів значення одержаних асоціатів виявило наявність імпліцитного культурного ідеалу і ціннісних преференцій *Паски*. Приміром, *Ostern* актуалізується досліджуваними швидше як **СИМВОЛ**, за допомогою якого опосередковуються багатоманітні відчуття свята свят і знання про його безпосередній зміст, а не найменування асоціації. Адже САЕ зумовлює досліджуваних виходити за межі їх реальних почувань і відсилає до пошуків зв'язків на теренах віртуальних рівнів у межах поняттєвої, категоріальної, уявної, лінгвокультурної діяльності і / чи символів як репрезентантів смислу осмисленого, пережитого й засвоєного. Усвідомлення сутності символу неможливе без його співвіднесення з образом. Образ прагне "якомога повніше зобразити себе, дати споглядання свого інакшого в самому собі, а потім, можливо, стати самому в своєму безпосередньому спогляданні певною нібито дійсністю. Ця дійсність є "чисто суб'єктивна", видовишна" [3, 200]. Тут образ звернений до виду мислення, типу свідомості й методу відображення світу індивідом [1, 10]. І хоча завданням досліджуваних не є творення словесного образу об'єкта, вони мають унікальну можливість виразити різноманітний спектр почуттів і вражень про образ через символ-асоціацію.

Звернемося до актуалізованих атрибутів і одночасно символів *Ostern*, які зводяться до а) родючості у вигляді зайця (*Hase (10)*), б) зайцеголової германської богині весни Еостри (*Osterhase (4)*), в) таємниці створення світу, виникнення життя у первісній порожнечі (*Ei*), г) неперервності й безсмертя (*Grün*). Кожний із наведених символів являє собою невичерпну смислову глибину, спонукає до роздумів над священним і сакральним, земним і позаземним, фактичним (історичним) і тропологічним (моральним). У структурі цих символів перегукуються реальне й ірреальне, варіантне й інваріантне, тлінне й вічне, культурне й надкультурне, людське й божественне. Ми не прагнемо висвітлити детально семантику асоціатів як символу, а намагаємося встановити основні тенденції її наповнення. Тому з'ясуємо, настільки далеко може зайти символічне спрямування в семантичний простір *Ostern*, спершу завдяки тотемній тварині (*Osterhase (4)*), а потім — її своєрідної функції, яка орієнтована на зоровий образ "законсервованого" земного життя (*Ostereier (3)*). Немає сумніву, що пасхальні яйця як християнська символіка пов'язані із Вознесінням Ісуса. Буттєва Вічність Ісуса, Його тілесність виражаються через зварене й пофарбоване у червоний колір яйце, яке стає продуктом сакрального харчування, медіатором Відродження між Смертю і Життям.

Ostern асоціюється із теплою **порою року**, що змінює зиму (*Frühling (7)*); **кількістю**: а) яєць як репродуктивного продукту птахів, деяких земноводних тварин і риб (*Eier (17)*), б) яєць як опосередкованого зв'язку людини і християнського Бога (*Ostereier (3)*), в) плодючих тварин-гризунів, які перебувають на стику світів — природного ("дикого") й штучного (прирученого, "присвоєного" людиною для власних потреб) (*Hasen (2)*), г) свят або днів, коли урочисто відзначають видатні події чи знаменні дати різного рангу —

індивідуального, родинного, соціального, релігійного й / чи державного (*Feiertage*), г) фарб, що використовуються для фарбування пасхальних яєць, у тому числі: червона, блакитна, зелена, жовта, помаранчева (*Eierfarben*), д) пофарбованих яєць (*gefärbte Eier*), е) інтенсивних фарб пасхальних яєць (*Ostereierkometen*), є) людей у віці від народження до статевої і / чи правової зрілості (*Kinder*), ж) частин якоїсь рослини, з яких розвиваються квітки або листя (*Knospen*), з) штучно створених людиною окультурених ділянок землі, де ростуть квіти, дерева, кущі; крім того сад є місцем схованки пасхальних гнізд із шоколадними яйцями, якими опікується пасхальний заєць (*Gärten*); **солодощі** (*Krokant, Kinds Schokolade, Schokolade*); **ознака** (2 чи 2,53%): а) різнобарв'я об'єктів (*bunt*), б) одноманітності, частоти повторювання (*lästig*); позитивний **емоційний стан** (2 чи 2,53%) (*Freude, Überraschung*), в) якості частини доби між темною і першою світлою половиною дня (*froher Morgen*); **аромат** (*Duft*); **власна назва** (*Jesus*) і сакральне **звання** Сина Божого, помазаного на царство вічне (*Christus*); самостійний **рух** людського тіла у вертикальній площині без додаткових засобів пересування (*Auferstehung*); алкогольний **напій** (*Bier*); цілеспрямований **процесуальний стан** (*Eiersuche, Essen*); **час** відпочинку від основного роду занять чи професійної діяльності (*Ferien, Fest*); цілеспрямована **дія** у душі язичницько-християнських народних традицій (*Eier suchen*); **група** людей, що складається із чоловіка, жінки, дітей та інших близьких родичів, які живуть разом (*Familie*); **предмет**, що дарується іншим людям задля їхньої радості (*Geschenk*); найвища духовна **цінність**, **святість** (*Heiligkeit*); функціональна **будівля** релігійного характеру, метафорично **земне перебування**, проживання, локалізація "свого" Бога (*Kirche*); космічне **тіло** великих розмірів, від термального функціонування якого залежить якість життя на планеті Земля (*Sonne*); **тривалість** відпочинку, що обіймає чітко визначенні дні: п'ятниця, субота, неділя, понеділок (*4 Tage Urlaub*); атмосферні **опади** у холодну пору року у вигляді снігу (*Schnee*); емоційно навантажений невербальний **образ-знак**, що ототожнюється із християнською вірою (""); негативно маркований **графічний символ** радості (*auch nicht* :)). Різноманіття семантики розглядуваних асоціатів *Ostern* засвідчує "енциклопедичну" множинність знань про християнське свято, емоційно-оціночне ставлення до нього, вказує на "багатоканальну семантичну мережу" зв'язків *Ostern* із значущими для досліджуваних предметами та явищами дійсності, динаміку в словесному відтворенні концептосфери поняття "*Ostern*", що формально простежується в трьох лексико-семантичних гілках зі своїми семантичними мікрополями: субстантивній, ад'єктивній і вербальній, чий кількісний обсяг є досить контрастним: від 1–2 (вербальна – ад'єктивна гілки) до 72 (субстантивна гілка). Їх якісний склад можна охарактеризувати як стереотипно-перехідно-індивідуальний, зорієнтований на трансформацію й модифікацію значення об'єкта САЕ. Одержана семантика асоціатів *Ostern* веде до розуміння того, що певна універсальна система емоційних і культурних цінностей і пріоритетів справді існує й що форми її лінгвістичного здійснення залежать від історичних умов, духу доби, типу особи як реального носія мовної свідомості й культури, мотивації й моменту мовлення.

Стереотипами асоціацій *Ostern* є *Eier* (17), *Hase* (10), *Frühling* (7), *Osterhase* (4), *Ostereier* (3) — всього 41 реакція, різних — 40. Серед різних відповідей-реакцій виділяються парні й поодинокі асоціати.

Парні асоціати можна кваліфікувати як маргінальні, або перехідні між стереотипними й поодинокими, як наприклад: *Hasen* (2).

Поодинокі асоціати ще не свідчать про той факт, що досліджувані мислять креативно й самотньо. Так, зіставляючи результати пілотного (жовтень-грудень 2011 р.) і наведеного САЕ, можна констатувати, що одержаний поточний асоціат *Freude* у перебігу пілотного САЕ мав найвищі показники частотності — 15 випадків із 80 можливих. Крім того, до стереотипних у пілотному САЕ відноситься і асоціат *Hoffnung* (3). У поточному САЕ він не активізувався і залишився на периферії асоціативного поля.

Домінування серед асоціатів *Eier* (17) релевантне множинності форм космічного життя, проміжку між буттям і небуттям, моделям будови планет сонячної системи. Усвідомити *Ostern* як плюралістичні таємничі органічні й одночасно крихітні вмістилища життя — означає усвідомити її інтегральну позачасову ідеальну й матеріальну норму та гармонію. З деяким застереженням можна твердити, що *Ostern* — це один із механізмів регулювання духу й матерії на планетарному плані буття, спосіб духовного й морального існування цивілізованої людини в навколишньому світі. Отже, жити в світі, позбавленому духовних і моральних норм, а також гармонії означає бути "неконтрольовано, інстинктивно плодотворним" (*Hase* (10)). У період гону зайці впадають у "березневе божевілля" (*Frühling* (7)), влаштовують справжні "кікбоксерські" поєдинки, використовуючи силу передніх і задніх кінцівок [10, 106]. Про реліктові залишки "плодючості" свідчить семантика асоціата *Osterhase* (4) зі значенням "пасхальний заєць", головними функціями якого є не лише локалізація гнізд для кладки пасхальних яєць, а й турбота про їх появу в таких гніздах (*Ostereier* (3)).

Таким чином, виявлення семантики асоціатів на слово-стимул *Ostern* є достатньо перспективним, оскільки сприяє глибшому розумінню емоційного досвіду, культури, моральних імперативів етносу. Тому важливим є подаліше дослідження асоціатів цього й іншого трендів.

Література

1. Белехова Л. І. Словесний образ в американській поезії: лінгвокогнітивний погляд : монографія / Лариса Іванівна Белехова. — М. : Звездопад, 2004. — 376 с.
2. Гамзюк М. В. Емотивний компонент значення у процесі створення фразеологічних одиниць (на матеріалі німецької мови) : монографія / Микола Васильович Гамзюк. — К. : Вид. центр КДЛУ, 2000. — 256 с.
3. Гатальська С. М. Філософія культури : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / Стелла Миколаївна Гатальська. — К. : Либідь, 2005. — 328 с.
4. Кириленко Т. С. Психологія: емоційна сфера особистості: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Таїса Сергіївна Кириленко. — К. : Либідь, 2007 — 256.
5. Максименко С. Д. Загальна психологія: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Сергій Дмитрович Максименко. — 2-е вид., перероб. та доп. — К. : ЦНЛ, 2004. — 272 с.

6. Мартинович Г. А. Опыт комплексного исследования данных ассоциативного эксперимента / Г. А. Мартинович // Вопросы психологии. — 1993. — № 2. — С. 93—99.
7. Миронова Н. И. Ассоциативный эксперимент: методы анализа данных и анализ на основе универсальной схемы / Н. И. Миронова // Вопросы психолингвистики. — 2011. — № 2(14). — С. 108—119.
8. Сорока В. І. Методичні вказівки до вивчення Біблії у курсі "Історія української літератури Х–XVIII ст." [для студ. вищ. навч. закл.] / Сорока В. І. — Херсон : Айлант, 2001. — 48 с.
9. Токарчук В. А. Психологічне підґрунтя когнітивної теорії номінації / В. А. Токарчук // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна: зб. наук. статей / гол. ред. І. С. Шевченко. — Х. : Вид. ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. — № 896. — С. 41—47.
10. Тресиддер Д. Словарь символов / Джек Тресиддер ; [пер. с англ. С. Палько]. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. — 448 с.
11. Der Duden: in 12 Bd. / [Hrsg. von der Dudenredaktion]. — [4., neu bearb. u. erw. Aufl.]. — Mannheim : Dudenverl., 2010— . —
Bd. 10: Das Bedeutungswörterbuch. — 2010. — 1151, [1] S.
12. Kluge F. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache / Friedrich Kluge. — Berlin : WdeG, 1999. — 921, [3] S.
13. Langenscheidt Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache / [Hrsg. Götz D., Haensch G., Wellmann H.]. — Berlin : L., 2008. — 1307, [5] S.
14. Wahrig Wörterbuch der deutschen Sprache / Renate Wahrig-Burfeind. — München : dtv, 2007. — 1151, [1] S.

У статті здійснено лінгвістичний і семантичний аналізи результатів спрямованого асоціативного експерименту на слово-стимул *Ostern*, виокремлено основні види асоціацій, що лежать у основі вербального подразника, окреслено його семантичний зміст як асоціативний вияв.

Ключові слова: асоціат, асоціація, семантика, слово-реакція, слово-стимул.

Романова Н. В. К семантике слова-стимула *Ostern* (на материале направленного ассоциативного эксперимента). В статье осуществлён лингвистический и семантический анализы результатов направленного ассоциативного эксперимента на слово-стимул *Ostern*, выделены основные виды ассоциаций, которые лежат в основе вербального раздражителя, обозначено его семантическое содержание как ассоциативное проявление.

Ключевые слова: ассоциат, ассоциация, семантика, слово-реакция, слово-стимул.

Romanova N. V. By the semantics of the word-stimulus *Ostern* (based on directional associative experiment). The article presents a linguistic and semantic analysis of directional associative experiment on word-stimulus *Ostern*, singled out the main types of associations that are based on verbal stimulus, outlined its semantic content as associative expression.

Key words: associate, association, semantics, word-response, word-stimulus.