

УДК 81'23

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/44-1-19>

Євгенія ВАСЯНОВИЧ,

orcid.org/0000-0001-9696-3335

*викладач кафедри загального та прикладного мовознавства
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(Харків, Україна) vasianovych@karazin.com*

Наталія ДУБОВИК,

orcid.org/0000-0001-5748-1296

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри загального та прикладного мовознавства
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(Харків, Україна) dubovyk@karazin.ua*

АСОЦІАТИВНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

У статті проаналізовано традиційні методики проведення асоціативного експерименту. У результаті огляду наявних досліджень визначено, що сучасний пандемічний світ змусив дослідників переглянути наявні алгоритми реалізації такого експерименту через те, що збирати групи респондентів для участі в анкетуванні небезпечно для їхнього здоров'я. Науковці, які використовували асоціативний експеримент протягом останніх двох років, вдавалися до діджиталізації цього процесу і переходу в онлайн-формат.

Проаналізований матеріал дозволив виокремити етапи проведення асоціативного експерименту. Приділено увагу таким етапам, як вибір типу експерименту, добір реципієнтів, укладання переліку стимульних слів, розробка методики та створенню анкети, фіксація отриманих результатів. У класичній інтерпретації серед типів асоціативного експерименту виділяють вільний, ланцюговий і спрямований, але деякі дослідники об'єднують перші два типи в один, говорячи про метод вільних асоціацій, якому не притаманні жодні обмеження, в тому числі у кількості реакцій. Серед сучасних досліджень науковці найчастіше послуговуються саме вільним асоціативним експериментом: він простий і зручний у використанні. Через недоступність очного проведення експерименту важливо уважно підходити до вибору репрезентативної групи респондентів. Онлайн-експеримент має певні особливості і, насамперед, це доступ до мережі Інтернет і вміння використовувати електронні пристрої (ПК, смартфони чи планшети). Певні групи реципієнтів мають із цим складнощі (літні люди, малі діти тощо), що може унеможливити їхню участь в анкетуванні або вплинути на «чистоту» результатів. Під час розробки методики сучасних асоціативних експериментів у дослідників є можливість користуватися різноманітними онлайн-платформами: соціальними мережами, месенджерами, програмами для аудіо чи відеоспількування та спеціальними сервісами. Такі платформи зменшили трудомісткість роботи експериментатора під час фіксації отриманих даних, оскільки результати надходять у цифровому форматі, що полегшує побудову асоціативних полів та їх аналіз.

Ключові слова: асоціативний експеримент, слова-стимули, діджиталізація, анкета.

Yevheniia VASIANOVYCH,

orcid.org/0000-0001-9696-3335

*Lecturer at the Department of General and Applied Linguistics
V. N. Karazin Kharkiv National University
(Kharkiv, Ukraine) vasianovych@karazin.ua*

Nataliia DUBOVYK,

orcid.org/0000-0001-5748-1296

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of General and Applied Linguistics
V. N. Karazin Kharkiv National University
(Kharkiv, Ukraine) dubovyk@karazin.ua*

ASSOCIATIVE EXPERIMENT DURING PANDEMIC TIME

The article analyzes traditional methods of conducting an associative experiment. The review of existing research shows that the modern pandemic world has forced researchers to reconsider the existing strategies of conducting such an experiment because live surveys in groups are dangerous. The scientists who have used the associative experiment in the last two years have digitalized the principles of conducting and turned to an online form.

Based on the analyzed material, the stages of the associative experiment are distinguished. Particular attention is paid to such stages as the experiment type choice, sampling of recipients, creating a list of stimulus words, developing methodology, creating a questionnaire and recording the results. Due to the classical interpretation, the types of associative experiment are called free, chain and directed, but in some studies the first two types are combined to form a method of free associations, which has no restrictions, including the number of reactions. Among modern research, scientists often use a free associative experiment: it is simple and easy to conduct. Due to the unavailability of face-to-face experiment, it is important to pay special attention to the choice of respondents. The online experiment has certain features and, first of all, it is an access to the Internet and the ability to use electronic devices (PCs, smartphones or tablets). Certain groups of recipients have difficulties with this (elderly people, small children, etc.), which may make it impossible for them to participate in the survey or affect the purity of the results. While developing methodology for modern associative experiments, researchers have the opportunity to use a variety of online platforms: social networks, messengers, programs for audio or video communication and special services. Such platforms have reduced the amount of the experimenter's work in recording the results, because the researcher has the results in digital form, which facilitates forming of associative fields and their analysis.

Key words: associative experiment, stimulus words, digitalization, questionnaire.

Постановка проблеми. Сучасні наукові лінгвістичні штудії вже давно перевели фокус своєї уваги в бік антропоцентричних досліджень. Вивчення мови у відриві від людини стає неможливим через той факт, що вона існує, зберігається, продукується, трансформується не «вакуумно» чи ізольовано, а у свідомості її носіїв. Саме тому актуальними стають питання дослідження мовної особистості та її свідомості. І тут постає проблема вибору методів таких розвідок: людська свідомість являє собою закриту систему, яка не піддається прямому спостереженню, що змушує науковців застосовувати експериментальні методи дослідження, які уможливають, бодай часткову її репрезентацію.

Асоціативний експеримент (далі АЕ) задовольняє цим вимогам, як експериментальний метод роботи з мовною свідомістю людини. Проте сучасні умови, в які потрапляє дослідник і реципієнти у зв'язку із пандемією COVID-19, не дають змоги звернутися до традиційної, хоча й різноманітної, методології АЕ і потребують перегляду правил, а також розробки нових, для зручності використання цього методу і обробки його результатів.

Аналіз досліджень. Звичайно, вивчаючи методику АЕ, важливо звертатися до робіт мовознавчинь, які вважаються класичними в цій галузі: О. Горошко (Горошко, 2001), У. Марчук (Марчук, 2009), Д. Терехова (Терехова, 2000), Т. Недашківська (Недашківська, 2011), С. Мартінек (Мартінек, 2012) та ін. Вони послуговувались традиційною методикою проведення АЕ, проте наразі вчені вже переносять свої лінгвістичні розвідки онлайн через неможливість їхньої «живої» реалізації (Рибалка, 2021; Сердюк, 2020; Makhachashvili, 2021). Останні два роки дослідники вдаються до методу АЕ у своїх роботах при вивченні концептів (Бобро & Щербак, 2020; Коструба, 2020; Сердюк, 2020; Полгородник, 2020; Melnyk et al., 2021), субконцептів (Makhachashvili, 2021) або асоціативних полів,

як таких (Лигоміна, 2021; Bortun, 2020), але не завжди докладно описують умови/правила/платформи проведення експерименту в період пандемії. Окремо до методики проведення АЕ зверталися О. Шевченко (Шевченко, 2021), Ж. Жарноцайова (Zsarnoczaiova, 2020).

Мета і завдання статті. Метою статті є опис методики проведення АЕ взагалі і в період пандемії, в якій останні два роки знаходиться цілий світ. Серед завдань можна виділити такі пункти: виокремити традиційні етапи проведення АЕ, а також додати зауваження і спостереження, що виникли після проведення АЕ дистанційно, та вказати на переваги і недоліки онлайн-експериментів.

Виклад основного матеріалу дослідження. АЕ використовують як інструмент дослідження науковці різних галузей (психологія, лінгвістика, маркетинг, культурологія тощо), бо він довів свою ефективність (Zsarnoczaiova, 2020: 69). Процеси асоціювання є складними психологічними та фізіологічними явищами (Melnyk et al., 2021: 215), природа яких не є повністю вивченою через свій підсвідомий і некерований характер. Людина звичайно сприймає світ через призму власного Я, що робить процес асоціації суто індивідуальним. Проте формування особистості відбувається під впливом соціального, культурного, ментального, традиційного оточення, що створює для різних індивідуальностей спільне тло для розвитку і становлення цього власного Я. Певні образи навколишнього світу, які в процесі когніції сприймає людина, фіксуються у її свідомості (Melnyk et al., 2021: 215). Вони утворюють собою певні динамічні багатомірні структури «квантів знань» (термін В. Маслової (Маслова, 2008: 36)) або концепти, які мають асоціативність як характерну ознаку (Шевченко, 2021). Щоб оприявити цю структуру, науковці звертаються до зазначених експериментальних методів, коли за допомогою слова-імені концепту вдаються до актуалізації широкої мережі асоціативних зв'язків, що

складають наповнення концепту, яке може бути як суто особистісним, так і віддзеркалювати лінгвокультурні або соціальні складники свідомості. За допомогою отриманих реакцій в науковця виникає можливість побудувати певну модель, яка репрезентує свідомість мовної особистості і має назву «асоціативне поле концепту» (Bortun, 2020: 10).

Незважаючи на широту використання, АЕ має низку недоліків, які впливають на «чистоту» отриманих результатів. До таких недоліків відносять лінгвальні (характер стимульного слова) і позалінгвальні фактори (особистість респондента та умови проведення експерименту) впливу (Горошко, 2001; Суїменко). Характеристики стимула (зазвичай семантичні) можуть безпосередньо викликати не спонтанні реакції, а штучні. Наприклад, респондент розуміє, що стимульне слово має гостро соціальний або політичний підтекст, та може продукувати такі реакції, які цей підтекст підтверджують. Аби уникнути такого впливу, варто проводити експеримент анонімно, що позбавить реципієнта підстави демонструвати себе як більш «обізнану» людину. Ж. Жарноцайова зазначає, що присутність експериментатора обов'язкова, бо він може втрутитися і мінімізувати негативні впливи, саме тому вона не радить проводити експеримент через Інтернет (Zsarnoczaiova, 2020: 72). Проте онлайн-анкетування вирішує іншу проблему, а саме надмірне втручання експериментатора як зацікавленої особи, а також проблему впливу умов проведення експерименту: тут респондент отримує право самостійно обирати, коли йому зручно взяти участь у дослідженні.

АЕ проводиться в кілька етапів: постановка мети, завдань, цілей дослідження, побудова гіпотези, яку має підтвердити або заперечити АЕ; вибір репрезентативної вибірки респондентів, вибір типу експерименту, укладання переліку стимульних слів, розробка методики проведення, створення анкети АЕ, проведення АЕ, фіксація поданих результатів, вибір методів для обробки й аналізу даних, сама класифікація асоціацій та їхній аналіз (Горошко, 2001; Суїменко; Burgess, 2001). Окремим етапом може стати проведення пілотного асоціативного експерименту на меншій вибірці реципієнтів, який може оприяти проблеми і складнощі з розробленою методикою АЕ або виявити недоліки анкети тощо. При залученні великої кількості респондентів доцільно не нехтувати цією можливістю і попередньо «протестувати» експеримент.

Вибір типу експерименту. До класичного трактування типів експериментів можна віднести вільний, ланцюговий і спрямований АЕ. У віль-

ному АЕ респонденту пропонується подати перше спонтанне слово-реакцію на зазначений стимул; у ланцюговому – подати не одну асоціацію (дослідник може як не обмежувати, так чітко обмежити їхню кількість); а для спрямованого характерне лімітування асоціацій певними параметрами (частини мовної принадлежності, тематичною групою тощо) (Горошко, 2001). Проте паралельно деякі дослідники вдаються до спрощення такої класифікації лише до двох типів, а саме до вільного і спрямованого АЕ, вважаючи, що вільний і ланцюговий не слід розділяти (Лигоміна, 2021; Рибалка, 2021; Спиридонова, 2015). У такому методі респондент не обмежений в кількості реакцій, що спонукає його реагувати однією чи більше асоціаціями без нав'язування категорій і смислів дослідника (Спиридонова, 2015: 153). Певними інструкціями та обмеженнями експериментатор може впливати на відповіді респондентів, які будуть подавати «бажані», а не спонтанні реакції: «необмеженість вільного АЕ дозволяє якомога глибший об'єктивний аналіз» (Zsarnoczaiova, 2020: 71).

Добір респондентів. Цей етап є вкрай важливим при плануванні АЕ. Науковець стикається тут із певними проблемами. Під час вибору теми дослідження, його мети і завдань лінгвіст вже визначається з групою, яку він буде досліджувати, але фізично складно залучити до експерименту усіх членів групи (Burgess, 2001). Наприклад, якщо об'єктом вивчення є асоціативне поле стимулу «домашнє завдання» у школярів Харківщини, провести АЕ з кожним учнем у Харкові просто неможливо. Через це необхідно обрати таку вибірку респондентів, результати якої будуть репрезентативними до всієї групи. У випадку із зазначеним прикладом доцільно буде звизити поняття «школяра» якимось віком та провести експеримент у декількох школах Харкова, які б бажано знаходились в різних районах для більшої показовості результатів. Від вибору респондентів залежить адекватність отриманих реакцій, а внаслідок і адекватність висновків, що можна зробити після їх аналізу. Як приклад тут можна навести проведення дослідження гендерних особливостей асоціативних зв'язків певного концепту серед студентів лінгвістичних факультетів: через значну кількість жінок і статистично меншу кількість чоловіків результати такого дослідження будуть невалідні. Окремим пунктом, яким не варто нехтувати дослідникам, можна виділити «доступ» до респондентів. При виборі онлайн експерименту важливо розуміти, чи будуть у ваших реципієнтів доступ до мережі Інтернет і вміння користуватися певними платформами, які будуть

використовуватися у дослідженні. Діджиталізація ускладнює проведення АЕ з літніми людьми і майже унеможливує його реалізацію з малими дітьми. Практика асоціативних досліджень із дітьми дошкільного віку (Галунова, 2012) показує, що з ними експеримент має проводитися у формі гри і у прямому контакті з експериментатором, що дуже складно зробити онлайн.

Формування списку слів-стимулів. Опис цього етапу підготовки АЕ часто оминають при розробці методики його проведення. З огляду на те, що існують певні усталені алгоритми відбору стимульних слів, важливо не вдаватися до суб'єктивного бачення мови самим експериментатором. До уживаних стратегій формування такого списку для АЕ відносять такі: роботу із лексикографічними джерелами (наприклад, тлумачними і асоціативними словниками або тезаурусами); аналіз спеціалізованої літератури на обрану тему; аналіз наявних досліджень; використання попередніх експериментів (наприклад, пілотного АЕ, методу шкалювання або методики доповнення). Для отримання об'єктивних результатів науковці можуть вдаватися до комплексу цих стратегій.

Кількість слів-стимулів також відіграє істотну роль в отриманні адекватних і репрезентативних результатів експерименту. Анкета зазвичай складається із ста одиниць (Zsarnoczaiova, 2020); при залученні більшої кількості стимулів сприйняття їх респондентами буде погіршуватися: останні можуть втрачати увагу і мотивацію через втому, що призведе до нульових реакцій (відмови від подання асоціацій). Згідно з О. Горошко реципієнти найефективніше працюють зі списком із 30 слів-стимулів (Горошко, 2001).

Необхідно звернути увагу на розташування слів-стимулів в анкеті: в респондентів можуть виникати стереотипні асоціації з попереднім або наступним стимулом, що ставить під сумнів автентичність поданою реакцію (Zsarnoczaiova, 2020). Запобігти цьому можливо за допомогою довільного порядку слів в кожній анкеті. В умовах «очного» експерименту таке правило ускладнює роботу експериментатору, якому буде потрібно створити значну кількість різних бланків. Проте онлайн-платформи, які використовуються при проведенні такого експерименту (наприклад, Google Forms), можуть мати опцію довільного розташування стимулів для кожного респондента.

Розробка методики проведення, вибір форми АЕ, розробка анкети. Науковець обирає усну чи письмову форму АЕ або змішані форми (усно-письмовий/письмово-усний), також проводити дослідження у групі чи індивідуально, врахову-

ючи певні параметри дослідження. По-перше, вік та стан здоров'я респондентів: усний експеримент доцільно проводити з малими дітьми через відсутність у них навички писати взагалі або з людьми з поганим зором. По-друге, умови довкілля як глобального, так і локального. Тут, звичайно, варто навести приклад сучасного періоду, коли весь світ потерпає від COVID-19, і наразі проводити експеримент «очно» як індивідуально, так і з групою респондентів може бути просто небезпечного для здоров'я. Саме тому слід звертатися до письмово-письмової форми експерименту через мережу Інтернет. Говорячи про письмово-письмову онлайн форму, поняття групового та індивідуального експерименту втрачає свою актуальність через те, що в такому випадку експериментатор знаходиться «поза» експериментом, залишаючи реципієнта «наодинці» з екраном. Вилучення особистості дослідника та анонімність експерименту допоможе вирішити проблему, при якій респонденти схильні реагувати не тією асоціацією, що спонтанно спала на думку, а тією, яку респондент обрав як найбільш доречно, через те, що вона здається йому «розумнішою» чи «цікавішою». Платформами проведення такого АЕ можуть стати соціальні мережі Facebook, Instagram Facebook, Interpals, Conversation exchange, Paltalk, Internations (Сердюк, 2020) тощо, спеціальні сервіси типу Google Forms (Melnyk et al., 2021) або листування у електронній пошті (Рибалка, 2021). Важливими характеристиками таких сервісів має бути доступність, масовість і простота інтерфейсу. Респонденти можуть відповісти на питання анкети в зручний для них час, використовуючи будь-який гаджет із доступом до мережі Інтернет. Таким чином можливо уникнути деяких зазначених вище факторів впливу на «чистоту» експерименту (наприклад, поганий настрій реципієнта, несприятливі умови оточення тощо). На думку Ж. Жарноцайової, «чим простіший експеримент, тим менш сумнівними є отримані результати» (Zsarnoczaiova, 2020: 70). Проте така форма проведення АЕ має свої недоліки: при особистому контакті експериментатора і респондентів мотивація до участі в експерименті через «людський фактор» буде вища і буде менша кількість відмов. Залучити людей до участі в експерименті онлайн може бути складніше.

Дослідник може обрати і усний онлайн експеримент на певній платформі з можливістю аудіо і відео зв'язку, проте тут треба зважати на трудомісткість процесу і його більшу тривалість у порівнянні з письмово-письмовим. Звертатися до такого типу експерименту доцільно за умови

неможливості реципієнтів брати участь у письмовому (Галунова, 2012; Горошко, 2001) або у випадку, якщо дослідник має за мету отримати додаткову невербальну інформацію з поведінки, жестів і міміки респондента.

Наступним кроком після обрання платформи для проведення АЕ треба розробити анкету, яка б відповідала меті й завданню дослідження, інтерфейсу онлайн-сервісу і була б візуально зручною для сприйняття респондентами. Незважаючи на диджиталізацію процесу, анкета характеризується певною структурою (Суїменко): назва, соціально-демографічний паспорт, у якому респондент може зазначити свій вік, гендер, професію тощо, вступна частина, що містить інструкцію, основна частина і слова подяки за участь. У «живому» експерименті на сприйняття анкети впливає якість паперу, яскравість чорнил, дизайн тощо (Burgess, 2001), в онлайн-анкеті слід звернути увагу на колір тла, шрифти, різноманітні виділення (підкреслення, курсив тощо). Безструктурна, яскрава анкета з великою кількістю зображень або помилками призведе до неадекватних результатів або відмови від реагування (Суїменко).

Фіксація результатів. Фіксація результатів, що були подані респондентами в експерименті, різняться залежно від типу експерименту та умов проведення. Під час проведення усного АЕ можна

використати функцію аудіо- або відеозапису, якою оснащені певні платформи (Zoom, Google Meet, Skype), проте після цього необхідно вдаватися до письмового запису реакцій. При письмовій формі експерименту результати фіксуються автоматично. Платформа Google Forms має функцію «викачування» всіх результатів в окремий файл на вашому ПК, що в багато разів спрощує подальшу побудову асоціативних полів стимульних слів.

Висновки.

Сучасний світ, що характеризується невпинними процесами глобалізації і діджиталізації та одночасно соціальною ізоляцією та униканням контактів з людьми навкруги, диктує науковцям свої нові правила. Проведення АЕ на онлайн-платформах за допомогою мережі Інтернет стає не просто однією з опцій для дослідника, а критичною необхідністю через небезпечність проводити експерименти очно. При цьому, не зважаючи на низку недоліків, діджиталізовані експерименти розширюють кордони, адже з'являється можливість долучити за необхідності респондентів з усього світу. Така форма доступна і зручна у використанні як для вчених, так і для респондентів. Методика проведення таких АЕ не є усталеною, а можливості не повністю розкриті, що дає підстави стверджувати перспективність подальших досліджень в цій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бобро М. П., Щербак Ю. І. Концепт КРАСА в картині світу українців 12–40 років (за даними ланцюжкового асоціативного експерименту). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. 2020. Вип. 86. С. 96–101.
2. Галунова Н. М. Асоціативні зв'язки і мовна картина світу в онтогенезі (україномовні монолінгви та українсько-російські білінгви 3–5 років.) : дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 2012. 20 с.
3. Горошко Е. І. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Харьков : Изд. группа «РА – Каравелла», 2001. 316 с.
4. Коструба Н. С. Психологічний аналіз концепту «ВІРА». *Psychological Journal*. 2020. №6 (10). Р. 100–106.
5. Лигомина Т. А. Психолінгвістичний аналіз асоціативних полів слова-стимулу «сучасний психолог» за даними вільного асоціативного експерименту. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. 2021. Vol. 96. Issue: 245. Р. 78–81.
6. Мартінек С. В. Структура когнітивної категорії крізь призму асоціативного експерименту (на матеріалі слов'янських мов). *Проблеми слов'янознавства*, 2012. Вип. 61. С. 76–85.
7. Марчук У. О. Асоціативний потенціал лінгвокультурних концептів у різносистемних мовах: дис... канд. філол. наук: 10.02.15. Київ, 2009. 20 с.
8. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учебное пособие. Минск : Тетра Системс, 2008. 272 с.
9. Недашківська Т. Є. Семантична конструкція асоціативного поля (на матеріалі асоціативного експерименту). *Психолінгвістика*, 2011. Вип. 7. С. 126–134.
10. Полгородник Д. В. Асоціативний експеримент у дослідженні концепту Ірландець. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип. 13. Том 2. С. 139–143.
11. Рибалка В. В. Дистанційний асоціативний експеримент і професіологічний аналіз у вивченні професіоналізму та майстерності особистості. *Соціокультурні та психологічні виміри становлення особистості* : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Херсон, 30 вересня – 01 жовтня 2021 р. Херсон, 2021. С. 249–254.
12. Сердюк О. Асоціативний експеримент із вербалізаторами концепту dog. *Лінгвістичні та лінгвокультурологічні аспекти навчання іноземних студентів у закладах вищої освіти України* : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Дніпро, 27 березня 2020 р. Дніпро, 2020. С. 76–78.

13. Спиридонова Л. К. Асоціативний експеримент як засіб дослідження образу світу. *Наука і освіта*. 2015. № 1. С. 152–158.
14. Суїменко Є. І. Анкетне опитування: мистецтво ставити запитання. URL: <https://divovo.in.ua/anketne-opituvannya-mistectvo-staviti-zapitannya.html>.
15. Терехова Д. І. Особливості сприйняття лексичної семантики слів: психолінгвістичний аспект : монографія. Київ : КДЛУ, 2000. 244 с.
16. Шевченко. О. М. Методика проведення вільного й спрямованого асоціативних експериментів у дослідженні концепту. *Actual trends of modern scientific research : abstracts of the 6th International scientific and practical conference*, Munich, 2021. Munich, 2021. P. 554–558.
17. Bortun B. Analysis of the Structure of the Associative Stimulus Field “Constructive Conflict”. *European Journal of Education and Applied Psychology*. 2020. No 1-2. P. 9–13.
18. Burgess T. Information Systems Services. Guide to the Design of Questionnaires. A general introduction to the design of questionnaires for survey research. University of Leeds, 2001. 27 p.
19. Makhachashvili Rusudan. Associative conceptual constant of subconcepts e-space and cyberspace. *Scientific Journal of Polonia University*. 2021. № 44(1). P. 70–84.
20. Melnyk I., Holoiukh L., Kalishchuk D., Levchuk I. Verbal Markers of the Concept of Peace: Psycholinguistic and Lexical Analyses. *East European Journal of Psycholinguistics*. 2021. Vol. 7(2). P. 214–230.
21. Zsarnóczaiová Ž. Методика асоціативного експерименту. *Slavica Slovaca*. 2020. № 55(1). P. 69–81.

REFERENCES

1. Bobro, M. P., Shcherbak, Yu. I. Kontsept KRASA v kartyni svitu ukraintsiv 12–40 rokov (za danymy lantsiuzhkovoho asotsiatyvnoho eksperymentu). [The concept BEAUTY in the worldview of the Ukrainians of 12–40 years old (based on the data of a chain associative experiment)]. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series Linguistics*, 2020, 86, pp. 96–101. Kharkiv [in Ukrainian].
2. Halunova N. M. Asotsiatyvni zviazky i movna kartyna svitu v ontogenezi (ukrainomovni monolinhvy ta ukrainskoroziiskii bilinhvy 3–5 rokov.) [Associative connections and linguistic picture of the world in ontogenesis (Ukrainian-language monolinguals and Ukrainian-Russian bilinguals of 3-5 years old)], 2001, 20 p. [Candidate dissertation, Kharkiv] [in Ukrainian].
3. Goroshko Ye. I. Integrativnaya model svobodnogo assotsiatyvnoho eksperimenta. [An integrative model of a free associative experiment]. Kharkiv: «RA – Karavella», 2001, 316 p. [in Russian].
4. Kostruba N. S. Psykholohichni analiz kontseptu «VIRA». [The concept of “Faith” in young people’s consciousness: the psychological analysis]. *Psychological Journal*, 2020, №6 (10), pp. 100–106 [in Ukrainian].
5. Lyhomyna T. A. Psykholinhvistichni analiz asotsiatyvnykh poliv slova-stymulu «suchasnyi psykholoh» za danymy vilnoho asotsiatyvnoho eksperymentu. [Psycholinguistic analysis of the associative fields of the stimulus word “modern psychologist” according to a free associative experiment]. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*, 2021, vol. 96, issue: 245, pp. 78–81 [in Ukrainian].
6. Martinek S. V. Struktura kohnitivnoi katehorii kriz pryzmu asotsiatyvnoho eksperymentu (na materialii slovianskykh mov). [The structure of the cognitive category through the prism of the associative experiment (based on the material of Slavic languages).] *Problems of Slavonic studies*, 2012, Issue 61. pp. 76–85.
7. Marchuk U. O. Asotsiatyvnyi potentsial linhvokulturnykh kontseptiv u riznosystemnykh movakh. [Associative potential of linguistic and cultural concepts in different system languages]. [Candidate dissertation, Kyiv], K., 2009, 20 p. [in Ukrainian].
8. Maslova V. A. Kognitivnaya lingvistika: uchebnoe posobie. [Cognitive Linguistics: A Training Manual]. Minsk: Tetra Systems, 2008, 272 p [in Russian].
9. Nedashkivska T. Ye. Semantychna konstruktsiia asotsiatyvnoho polia (na materialii asotsiatyvnoho eksperymentu). [Semantic construction of the associative field (based on the material of the associative experiment)]. *Psycholinguistics*, 2011, Issue 7. pp. 126–134.
10. Polhorodnyk, D. V. Asotsiatyvnyi eksperyment u doslidzhenni kontseptu Irlandets. [Associative experiment in the study of the concept Irishman]. *Transcarpathian linguistic studies*, 2020, 13, pp. 139–143 [in Ukrainian].
11. Rybalka, V. V. Dystantsiinyi asotsiatyvnyi eksperyment i profesiolohichni analiz u vyvchenni profesionalizmu ta maisternosti osobystosti. Sotsiokulturni ta psykholohichni vymiry stanovlennia osobystosti [Conference presentation abstract]. [Distance associative experiment and professional analysis in the study of professionalism and personality skills.]. *Collected articles of the III International Scientific and Practical Conference*, 2021, September 30–October 01, Kherson, 2021, pp. 249–254. [in Ukrainian].
12. Serdiuk O. Asotsiatyvnyi eksperyment iz verbalizatoramy kontseptu dog [Conference presentation abstract]. [Associative experiment with verbalizers of the concept Dog]. *Linguistic and linguocultural aspects of teaching foreign students in higher education institutions of Ukraine: materials of the VII Ukrainian scientific-practical conference*, Dnipro, 2020, pp. 76–78. [in Ukrainian].
13. Spirydonova L. K. Asotsiatyvnyi eksperyment yak zasib doslidzhennia obrazu svitu. [Association experiment as means to research one’s worldview]. *Science and Education*, № 1, 2015, pp. 152–158 [in Ukrainian].
14. Suimenko Ye. I. Anketne opytuvannya: mystetstvo stavty zapytannia [A questionnaire based survey: the art of asking questions]. Retrieved October 26, 2021, from <https://divovo.in.ua/anketne-opituvannya-mistectvo-staviti-zapitannya.html> [in Ukrainian].
15. Terekhova D. I. Osoblyvosti spryiniattia leksychnoi semantyky sliv: psykholinhvistichni aspekt. [Features of lexical word semantics perception: psycholinguistic aspect]. Kyiv. KDLU, 2000. 244 p.

16. Shevchenko O. M. Metodyka provedennia vilnoho y spriamovanoho asotsiatyvnykh eksperymentiv u doslidzhenni kontseptu [Conference presentation abstract]. [Methods of conducting free and directed associative experiments in the study of the concept]. Actual trends of modern scientific research : abstracts of the 6th International scientific and practical conference, Munich, 2021, pp. 554–558 [in Ukrainian].
17. Bortun B. Analysis of the Structure of the Associative Stimulus Field “Constructive Conflict”. *European Journal of Education and Applied Psychology*, 2020, No 1–2, pp. 9–13.
18. Burgess T. Information Systems Services. Guide to the Design of Questionnaires. A general introduction to the design of questionnaires for survey research. University of Leeds, 2001. 27 p.
19. Makhachashvili R. (2021). Associative conceptual constant of subconcepts e-space and cyberspace. *Scientific journal of polonia university*, 44(1), pp. 71-84.
20. Melnyk I., Holoivukh L., Kalishchuk D., Levchuk I. Verbal Markers of the Concept of Peace: Psycholinguistic and Lexical Analyses. *East European Journal of Psycholinguistics*. 2021. Vol. 7 (2). P. 214–230
21. Zsarnóczyová Ž. Metodyka asotsiatyvnoho eksperymentu. [Methodics of the associative experiment.]. *Slavica Slovaca*, 2020, № 55(1). pp. 69–81 [in Ukrainian].