

ставлення до описуваних подій. Для впливу на думки й почуття цільової аудиторії, формування її картину світу використано різноманітні лінгвостилістичні прийоми і засоби. Найпоширеніші з них – це експресивне найменування як офіційних осіб і воєнних угруповань ворожої країни,

так і самої війни та її реалій, прецедентні тексти, стійкі вислови, а також їхні модифікації.

Перспективним вважаємо подальше вивчення українських медіатекстів і спостереження за генезою публіцистичного стилю літературної мови з урахуванням тенденцій сьогодення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ермоленко С. Засоби масової комунікації і мовна свідомість сучасного українця. *Культура слова*. 2013. № 79. С. 123–125.
2. Коць Т. Формування термінологічної основи публіцистичного стилю в українській лінгвостилістиці. *Культура слова*. 2018. № 89. С. 40–58.
3. Коць Т. А. Публіцистичний стиль української літературної мови: засади, комунікативно-прагматичні ознаки, функції. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71) № 1 (Ч. 1). С. 38–43.
4. Литвин О. Г., Голубінка Н. І. Експресивна лексика як засіб активізації уваги читача публіцистичних текстів (на матеріалі публікацій «Українського тижня»). *Український смисл*. 2017. № 2017. С. 242–251. URL: <https://ukrsense.dp.ua/index.php/USENSE/article/download/179/188> (дата звернення: 15.05.2023).
5. Пономарів О. *Стилїстика сучасної української мови: підручник*. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2000. 248 с.
6. Стишов О. А. Нова суспільно-політична лексика і термінологія в сучасній українській мові. *Лінгвістичні дослідження*. 2019. №. 50. С. 258–268. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_lingv_2019_50_33 (дата звернення: 15.05.2023).
7. Уніан. Інформаційне агентство : веб-сайт. URL: <https://www.unian.net> (дата звернення: 15.05.2023).
8. Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua> (дата звернення: 15.05.2023).
9. ТСН. Телевізійна служба новин : веб-сайт. URL: <https://tsn.ua> (дата звернення: 15.05.2023).

УДК 811.161.2'37:23

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.28.1.5>

КОНЦЕПТ ГЕРОЙ В УМОВАХ ВІЙНИ: АСОЦІАТИВНИЙ АСПЕКТ

THE CONCEPT OF HERO IN THE CONDITIONS OF WAR: ASSOCIATIVE ASPECT

Близнюк К.Р.,

orcid.org/0000-0001-8394-3079

кандидат філологічних наук,

*старший викладач кафедри загального і слов'янського мовознавства
Національного університету «Києво-Могилянська академія»*

Мельник С.Г.,

orcid.org/0009-0008-1099-034X

студентка III курсу факультету гуманітарних наук

Національного університету «Києво-Могилянська академія»

Проблема героїзму як вияву надзвичайної мужності чи жертвовності має комплексний характер: критерії визначення героїзму розтягуються на шкалі від «достатньо самовіддано виконувати важливі для громади функції» до «обов'язково ризикувати життям». Від часу виникнення в давньогрецькій мові й дотепер слово герой виявляє тісні зв'язки з уявленнями про бойові дії, проте сучасний 20-томний тлумачний словник української мови не фіксує цього у першому значенні, звертаючи увагу лише на відвагу, самовідданість і хоробрість. Більшість праць в українській гуманітаристиці присвячена філософським і текстовим вимірам концепту ГЕРОЙ, тому є потреба дослідження особливостей його вербалізації, особливо під час війни, що є каталізатором його еволюції. Мета пропонованої розвідки – дослідження асоціативного поля концепту ГЕРОЙ у сучасній українській мові на матеріалі вільного асоціативного експерименту. Асоціативний експеримент було проведено у квітні 2022 року серед студентів та аспірантів

українських освітніх і наукових установ. За результатами експерименту на стимул герой було отримано 1239 відповідей, що групуються в 237 асоціацій з різною частотністю. У побудованому асоціативному полі стрижневою асоціацією стала ЗСУ. Асоціативне поле засвідчує ціннісно-захисну, інтеграційну, самоідентифікаційну, життєствердуювальну, владно-легітимізувальну функції героїв у суспільстві. Крім того, виявлено, що в мовній картині світу українців герой є великою людиною, здатною впливати на історію та покращувати життя решти членів спільноти. Найбільше мікрополе у структурі побудованого асоціативного поля концепту формують номінації героїв. Серед них виділяються антропоніми та назви міст. Інші важливі мікрополя фіксують моральні цінності та риси героя, візуальні асоціації та цитати, пов'язані з ним, уявлення про життя і смерть, членів родини.

Ключові слова: концепт, асоціація, асоціативне поле, вільний асоціативний експеримент, мовна картина світу.

The problem of heroism as a manifestation of extraordinary courage or sacrifice has a complex nature: the criteria for defining heroism stretch on a scale from «sufficiently selfless to perform important functions for the community» to «necessarily risking one's life». From the time of its origin in the ancient Greek language until now, the word hero shows close connections with ideas about military actions, however, the modern 20-volume dictionary of the Ukrainian language does not record this in the first meaning, paying attention only to courage, dedication, and bravery. Most works in Ukrainian humanitarian studies are devoted to the philosophical and textual dimensions of the HERO concept, therefore there is a need to study the peculiarities of its verbalization, especially during the war as a catalyst for its evolution. The purpose of the proposed article is to study the associative field of the HERO concept in the modern Ukrainian language based on a free associative experiment. The associative experiment was conducted in April 2022 among students and postgraduates of Ukrainian educational and scientific institutions. According to the experiment's results, 1239 responses to the hero stimulus were obtained, grouped into 237 associations with different frequencies. In the constructed associative field, the ZSU became the core association. The associative field testifies to the value-protective, integrative, self-identifying, life-affirming, power-legitimizing function of heroes in society. In addition, it was found that in the linguistic picture of the world of Ukrainians, the hero is a great person, capable of influencing history and improving the lives of the rest of the community members. The largest microfield in the structure of the constructed associative field of the concept is formed by nominations of heroes. Among them, anthroponyms and city names stand out. Other important microfields record the hero's moral values and traits, visual associations and quotes related to him, ideas about life and death, family members.

Key words: concept, association, associative field, free associative experiment, linguistic picture of the world.

Проблема героїзму як вияву надзвичайної мужності чи жертвності має комплексний характер. У періоди миру суспільство ставить собі запитання, кого можна вважати героєм, які риси або вчинки зараховувати до героїчних. Критерії визначення героїзму розтягуються на шкалі від «достатньо самовіддано виконувати важливі для громади функції» до «обов'язково ризикувати життям». Під час війни героїзм, здавалось би, стає очевидним, проте й тут виникає проблема великого й дрібного героїзму. Масштаби вчинків потенційного героя в очах різних представників суспільства можуть відрізнятися, тому виникатиме парадокс, коли особа, що є героєм, водночас ним не є.

Складність визначення критеріїв підтверджують дефініції слова *герой* в академічних тлумачних словниках. Якщо автори другого тому 11-томника (1971 р.) першим значенням слова дають: «Видатна своїми здібностями і діяльністю людина, що виявляє відвагу, самовідданість і хоробрість у бою і в труді» [1, с. 56]. То у 20-томнику дефініція частково відрізняється: «Видатна своїми здібностями і діяльністю людина, що виявляє відвагу, самовідданість і хоробрість» [2]. У новішому словнику одиниця *герой* входить до третього тому, виданого 2012 р., коли пам'ять про Другу світову війну затерлася більше, ніж для укладачів у 70-х рр., а теперішня війна ще не почалася, таким чином необхідність наголошувати на героїзмі в умовах бойових дій була меншою. Решта

значень слова *герой* в обох словниках збігаються: «Людина, яка втілює основні, типові риси певного оточення, часу, епохи і т. д. Головна дійова особа літературного твору. Особа, яка чим-небудь відзначилася, привернула до себе увагу» [1, с. 56; 2]. Проте бойовий і навіть воєнний компоненти є надзвичайно важливими для ідентифікації героїв від виникнення слова *ήρωας* у давньогрецькій мові у значенні «вождь, воїн, герой» [3, с. 500] до появи спорідненого латинського *servo* «стерезу, бережу, охороняю» [3, с. 500]. У часи війни відповідні компоненти значення актуалізуються й набувають великої ваги у визначенні того, кого можна назвати героєм, тому постає потреба дослідження концепту ГЕРОЙ на рівні мовної картини світу українців і наголошення на тому, які уявлення про героїв домінують у суспільстві та вербалізуються під час опитування.

Через свою складність концепт ГЕРОЙ завжди привертав увагу дослідників. Більшість праць в українській гуманітаристиці присвячена його філософським і текстовим вимірам. Так, репрезентацію героїзму та концепту ГЕРОЙ в українській філософії на матеріалі праць Д. Донцова і В. Липинського аналізують Т. Цимбал [4] і Р. Комаров [5], тексти закордонних філософів залучають до аналізу А. Ішук [6], В. Микольченко [7], В. Фуркало [8]. Реалізацію концепту в художній літературі через творчість Т. Шевченка досліджує П. Іванишин [9], І. Франка – Є. Нахлік [10], Івана Багряного –

О. Шапошникова [11]. Малодослідженим концепт ГЕРОЙ залишається на мовному рівні, ґрунтовне його вивчення на матеріалі німецької мови здійснила Г. Івасюк [12], а на матеріалі англійської – І. Котова [13]. Отже, є потреба дослідження вербалізації концепту ГЕРОЙ у сучасній українській мові, особливо з огляду на війну як каталізатор його еволюції.

Звідси мета пропонованої розвідки – дослідження асоціативного поля концепту ГЕРОЙ у сучасній українській мові на матеріалі вільного асоціативного експерименту. З мети випливають такі завдання: провести вільний асоціативний експеримент; упорядкувати асоціації за ранговим списком; проаналізувати ядерно-периферійну структуру побудованого асоціативного поля; виокремити й скоментувати асоціативні мікрополя у його структурі.

Метод вільного асоціативного експерименту було обрано як такий, що дозволяє відстежити найактуальніші в момент анкетування елементи значення концепту, визначити їхню ієрархію та зафіксувати семантичні зсуви, що відбуваються у мовній картині світу народу. Асоціативний експеримент було проведено у квітні 2022 року серед студентів та аспірантів українських освітніх і наукових установ. До аналізу було відібрано 1009 анкет, що відповідали вимогам: короткі миттєві реакції, а не дефініції до запропонованих слів-стимулів. Загалом учасники в експерименті мали надати асоціації до 16 слів-стимулів: *Україна, Росія, Польща, Білорусь, Батьківщина, Народ, Герой, Ворог, Українці, Росіяни, Поляки, Білоруси, Війна, Мир, Патріотизм, Перемога* (усі з великої літери, бо були написані з нового рядка, для дотримання нейтральності анкети – мінімізації впливу на респондентів).

За результатами експерименту на стимул *герой* було отримано 1239 відповідей (учасники могли називати до 5 слів), що групуються в 237 асоціацій з різною частотністю.

У побудованому асоціативному полі стрижневою асоціацією стала *ЗСУ* з частотністю 151. Крім неї, до ядра поля належать *України (77), воїн (70), українець (54), захисник (42), військовий (38), солдат (38), кожен (36), слава (31), народ (28), Зеленський (27), людина (26), не вмирають (24), Бандера (23), українці (23), привид Києва (17), тато (15), місто (14), сила (14), український (14), відвага (13), волонтери (13), сміливість (13), мужність (12), захист (11), президент (10)*. Як видно уже з ядра поля через учасників бойових дій, їхні риси характеру та сталі вирази (*Герой України; Герої не вмирають! Героям слава! місто-герой*),

воєнні асоціації постають надзвичайно важливою частиною концепту ГЕРОЙ на початку повномасштабного вторгнення. В. Фуркало вважає, що для суспільства герой виконує низку функцій: ціннісно-захисну, інтеграційну, самоідентифікаційну, життєстверджувальну, владно-легітимізувальну [8, с. 32]. Відбиття цих функцій можна спостерігати в одиницях ядра асоціативного поля концепту. Ціннісно-захисна зафіксована в номінаціях учасників бойових дій та їхніх рисах; інтеграційна через асоціації *українець (54), кожен (36), народ (28), людина (26), українці (23)*, тобто через об'єднання всього суспільства як героїв; життєстверджувальна через сполуку *не вмирають (24)*; владно-легітимізувальна через зарахування президента до героїв. Ще однією важливою рисою концепту ГЕРОЙ, що проявляється на рівні ядра, є перебування в його основі ідеї «великої людини», що «рухає історію» й діє на благо суспільству [14, с. 90]. Ідея ця втілюється через називання конкретних людей чи соціальних ролей, що притаманні героям і вирізняють їх із-поміж інших: *України (77), воїн (70), захисник (42), військовий (38), солдат (38), Зеленський (27), Бандера (23), привид Києва (17), тато (15), волонтери (13), президент (10)*. Водночас інтеграційні за своєю функцією асоціації заперечують тому, що героєм має бути тільки «велика людина», й дозволяють існувати «меншому» героїзмові, тобто такому, де не один індивід робить історичні зрушення, але ціле суспільство.

До приядерної зони асоціативного поля концепту ГЕРОЙ зараховуємо такі реакції: *гордість (8), Небесна сотня (8), ТрО (8), Азов (7), батько (7), нації (7), наші (7), перемога (7), рятувальник (7), смерть (7), АТО (6), чоловік (6), армія (5), боротьба (5), війна (5), вічний (5), всі (5), мій (5), подвиг (5), самопожертва (5), відданість (4), ДСНС (4), козак (4), Майдан (4), Маріуполь (4), патріот (4), переможець (4), українка (4), честь (4)*. Тут бачимо ще більшу конкретизацію того, хто може бути героєм, також підсилюється ціннісний та інтеграційний компоненти. Крім того, на рівні ядра та приядерної зони простежуються, а на периферії доповнюються напрями асоціювання, що формують асоціативні мікрополя у структурі асоціативного поля концепту.

Найбільше мікрополе формують номінації героїв: *ЗСУ (151), воїн (70), українець (54), захисник (42), військовий (38), солдат (38), кожен (36), народ (28), Зеленський (27), людина (26), Бандера (23), українці (23), привид Києва (17), тато (15), місто (14), волонтери (13), президент (10), Небесна сотня (8), ТрО (8), Азов (7),*

батько (7), рятівник (7), чоловік (6), армія (5), всі (5), ДСНС (4), козак (4), патріот (4), переможець (4), українка (4), борець (3), кіборг (3), лікар (3), визволитель (2), медики (2), боєць (1), дідусь (1), месія (1) та ін. Така велика кількість номінацій є цілком очікуваною через складність і комплексність самого концепту, а водночас через велике різноманіття ролей, які можуть виконувати герої. Так, Ф. Зено, К. Блау та Ф. Зімбаро запропонували класифікацію типів героїв: 1) військові та інші при виконанні обов'язків (Military and other duty-bound physical risk heroes – фізична жертва); 2) цивільні герої (Civil heroes – nonduty bound physical risk heroes – фізична жертва); 3) релігійні фігури (соціальна жертва ці й наступні до 12 включно); 4) політико-релігійні фігури; 5) мученики; 6) політичні й військові лідери; 7) авантюристи, дослідники, першовідкривачі; 8) науковці-відкривачі; 9) добрі самаритяни; 10) переможці-аутсайтери (Odds beater/underdog); 11) бюрократичні герої; 12) викривачі (Whistleblowers) [15, с. 102]. В умовах повномасштабної війни у свідомості молодих українців актуалізувалися типи героїв, пов'язаних із військовою справою чи бойовими діями. Крім того, стали важливими цивільні й політичні герої. Мало репрезентованими, але все одно зафіксованими, тому вартими уваги є також герої-мученики, до таких зараховуємо *Небесна сотня* (8), *Азов* (7), *кіборг* (3).

Окремо проаналізуємо асоціації-антропоніми: *Зеленський* (27), *Бандера* (23), *Кожедуб* (2), *Шухевич* (2), *Богдан Хмельницький* (1), *Березняк* (1), *Віталій Скакун* (1), *Володимир Денис Прокопенко* (1), *Мазепа* (1), *Петлюра* (1), *Петро Порошенко* (1), *Стус* (1). Усі ці постаті зробили значний внесок у розвиток чи захист нашої держави, а тому тут герой був потрактований як видатна людина, яка своїми діями намагалась розбудувати країну, не обов'язково на полі бою. Найчастотнішою зі виявилася асоціація *Зеленський* (27). Це може бути пов'язано зі сплеском патріотизму в воєнних умовах та згуртуванням нації навколо теперішнього лідера держави. Саме президент Володимир Зеленський зараз є уособленням незламності та героїзму українського народу особливо для зовнішньої аудиторії, а на початку повномасштабного вторгнення його рейтинг підтримки в суспільстві зріс до 93% [16], тому не дивно, що це ім'я виникло у свідомості молодих українців. Ще однією високочастотною асоціацією є *Бандера* (23), що може бути пов'язане зі статусом Степана Бандери як символу боротьби за незалежність

України. Загалом же більшість асоціацій-антропонімів виникли під сплеском патріотизму у воєнний час та пошуком тих постатей, що зробили багато для боротьби за незалежність нашої держави й право на національну ідентичність нашого народу.

Крім наведених вище антропонімів, респонденти також називали асоціації з міфологічними/вигаданими персонажами: *Геркулес* (1), *Геракл* (1), *Супермен* (1), *Тоні Старк* (1). Ці приклади демонструють, що поняття *герой* для декого було потрактоване передовсім як дійова особа якогось вигаданого всесвіту, тобто герой був сприйнятий як конкретний уявний персонаж. За своєю суттю Геркулес і Геракл – це синоніми, обидва ці персонажі є символом нездоланності та незламності, тож, можливо, саме за цієї причини слово *герой* проасоціювалось із ними. Асоціація із супергероями, персонажами коміксів: *Супермен*, *Тоні Старк*. У загальному, стимул до виникнення саме такої асоціації аналогічний до Геркулеса/Геракла, із єдиною різницею, що тут, ймовірно, герой був сприйнятий суто як людина, що зробила щось видатне, а не як персонаж твору. Тобто, *Супермен* і *Тоні Старк* стали для респондентів тими особистостями, які найкраще втілюють риси, притаманні герою.

Поряд із номінаціями-антропонімами стоять реакції – назви населених пунктів, що через явище метонімії також можуть називати «колективних» героїв: *Маріуполь* (4), *Київ* (3), *Ірпін* (2), *Буча* (1), *Чернігів* (1). Асоціації із населеними пунктами могли виникнути також через встановлення паралелі з конструкцією *місто-герой*, тобто місто, яке героїчно чинить або чинило опір російським окупантам. Що цікаво, авторами асоціацій *Ірпін*, *Київ*, *Буча* та *Маріуполь* були респонденти лише із київської області, а асоціація *Чернігів* виникла в людини із чернігівської області.

Важливу роль в дешифруванні концепту ГЕРОЙ як фрагменту мовної картини світу українців відіграє асоціативне мікрополе «моральні цінності та риси героя»: *відвага* (13), *смівливість* (13), *мужність* (12), *гордість* (9), *самопожертва* (5), *відданість* (4), *честь* (4), *гідність* (3), *повага* (3), *справедливість* (3), *безстрашність* (2), *відчайдушність* (2), *вірність* (2), *незламність* (2), *самовідданість* (2), *жсавість* (1), *праведність* (1), *решучість* (1). Цей тип асоціацій широко використовувався респондентами у зв'язку із тим, що найвищі моральні цінності легко прив'язуються до поняття *герой* у свідомості. В основі цих асоціацій лежить трактування героя як великої чи навіть величної людини з ідеальними моральними

засадами й цінностями, кращої за інших членів спільноти.

Образ героя-мученика, що ризикує або й жертвує своїм життям заради інших втілюється у мікрополі «життя і смерть»: *не вмирають* (24), *смерть* (7), *вічний* (5), *самопожертва* (5), *вічна пам'ять* (3), *жертва* (3), *живий* (3), *кіборг* (3), *пам'ятник* (3), *безсмертя* (2), *життя* (2), *мертвий* (2), *нагорода посмертно* (2), *пожертва* (2), *сльози* (2), *біль* (1), *кров* (1), *травма* (1). У зв'язку із наявністю в ядрі слова *герой* не лише позитивних понять, песимістичні реакції не були одиничними. В основі цих асоціацій лежить поняття людини як тієї, що здатна страждати сама або відчувати біль, думаючи про страждання інших, тобто герой є людиною, що переживає страждання, це той, хто заслуговує на співчуття. Болючі почуття: *біль*, *сльози*. Можливо, ці асоціації виникли у респондентів у відповідь на страждання того, кого називають героєм. Як вдало зауважує В. Микольченко: «За своєю суттю героїзм є спрямованим на збереження та зміцнення життєздатності, гармонії суспільства, навіть ціною життя окремих індивідів. Героїчна особистість є нерозривно пов'язаною з подвигом заради своєї нації, держави. Герой завжди співзвучний епосі, яка його створила та поставила на межу героїзму» [7, с. 73]. Тобто важливою частиною концепту ГЕРОЙ є прийняття смерті одних заради життя інших, коли того вимагають обставини.

Обмеженими за частотністю, але такими, що можуть розширитися якісно й кількісно при повторному проведенні експерименту далі протягом війни, коли більше людей буде задіяно в ЗСУ, є асоціації з мікрополем «родина»: *тато* (15), *батько* (7), *мати* (3), *діти* (3), *прадід* (1). Через високу цінність родини в життях людей, під час війни пов'язані із нею поняття стають ключовими. Асоціація зі словом *герой* могла виникнути через участь членів родини в бойових діях або ж через особисті причини для проведення такої паралелі. *Герой* тут був сприйнятий через призму сім'ї, героєм є тато/кохана людина самі по собі тому що вони є рідними людьми. Ще однією ймовірною основою виникнення асоціації тут може бути збереження пам'яті, вшанування певного члена родини як героя (*прадід*). Через мікрополе «родина» концепт ГЕРОЙ встановлює зв'язки з іншими дослідженими в рамках нашого експерименту: УКРАЇНА, БАТЬКІВЩИНА, НАРОД, УКРАЇНЦІ [17].

Важливу роль в оприявленні рис концепту ГЕРОЙ відіграють названі знакові цитати: (героям) *слава* (31), (герої) *не вмирають* (24),

вічна пам'ять (3), *батько наш Бандера* (1), *не вмере, не загине* (1), *руській воєнний корабль* (1), *не забудем, не пробачим* (1). Феномен завчених фраз, які миттєво утворюють у голові пазл зі словом-стимулом проявився через потребу висловити свої емоції під час війни за допомогою одного точного й нескладного речення. Реакція *слава* виникла через поширені фрази-національні гасла: *Слава Україні й Героям слава*. Фраза, що стала популярною за допомогою соціальних мереж, *батько наш Бандера* – це уривок із пісні. Аналогічно до імені *Степан Бандера*, яке проасоціювалось у багатьох зі словом *герой*, ця цитата стала культовою і навіть набула статусу мему. Можливо, спочатку асоціація виникла саме з іменем Бандери, а потім вже згадався рядок із пісні, тоді ланцюжок міг бути таким: *герой* → *Степан Бандера* → «*Батько наш Бандера*». Фразолозунги: *герої не вмирають, вічна пам'ять, не забудемо, не пробачимо*. Такі вислови були досить одиничними, головною причиною для їхнього виникнення може бути поширеність таких словосполучень під час вшанування пам'яті загиблих у війнах або через події Революції Гідності. Фраза *не вмере, не загине* є досить специфічною та могла виникнути як цитата з вірша Т. Шевченка «До Основ'яненка»: «*Наша дума, наша пісня / Не вмере, не загине... / От де, люде, наша слава, / Слава України!*». Наголосимо, що це була єдина асоціація респондента на стимул *герой*, тобто вона не виникла як результат ланцюгової реакції.

Окремо звернемо увагу на мікрополе візуальних асоціацій: *військова форма* (3), *медаль* (3), *пам'ятник* (3), *прапор* (2), *шолом* (2), *щит* (2), *камуфляж* (1), *броя* (1), *зброя* (1), *свічка* (1), *статуя* (1), *силует* (1). Це група не дуже поширених асоціацій, яка вирізняється з-поміж інших своєю неоднорідністю й не завжди досить чітким ланцюжком виникнення. Їх можна поділити на асоціації з аспектами воєнних дій та асоціації з об'єктами, які опосередковано пов'язані із військовими діями. Пов'язані безпосередньо: *військова форма, зброя, броя, камуфляж, медаль, шолом, щит, прапор*. Пов'язані опосередковано чи непов'язані: *пам'ятник, свічка, статуя, силует*. Важливо, що навіть у такій низькорепрезентованій та низькочастотній групі асоціацій простежується зв'язок концепту ГЕРОЙ із концептом ВІЙНА, проте в межах нашого експерименту не зафіксовано зворотного зв'язку. Реакція *герой* лише один раз трапилася у відповідь на стимул *війна*.

Отже, асоціативне поле концепту ГЕРОЙ на початку повномасштабного вторгнення засвід-

чило, що у мовній картині світу молодих українців цей концепт пов'язаний із людьми, що здатні виявляти сміливість, жертвовність і незламність. Ці люди готові вступати в бій, ризикувати власним життям заради життя й свободи інших. Герой у свідомості українців має багато облич і проявляється через різноманітні соціальні ролі, членів родини, міста, видатних людей, кожного українця й українку. У період

війни невід'ємною та домінантною частиною концепту стають воєнні асоціації. Перспективи дослідження бачимо в тому, щоб повторити такий експеримент далі протягом війни та після її завершення для відстеження динаміки змін наповнення концепту ГЕРОЙ, можливого розвитку нових значень у його структурі або втрати актуальності певних високочастотних зараз одиниць.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Словник української мови : в 11 т. / ред. І.К. Білодід ... [та ін.] ; Академія наук Української РСР, Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні. Т. 2 : / ред. тому: П.П. Доценко, Л.А. Юрчук. К. : Наукова думка, 1971. 550 с.
2. Словник української мови: у 20 т. / НАН України, Укр. мов.-інформ. фонд: вебсайт. URL: <https://sum20ua.com/> (дата звернення: 28. 05. 2023).
3. Етимологічний словник української мови: В 7 т. Т. 1 : А–Г / Ред. кол. : О.С. Мельничук (гол. ред.), І.К. Білодід, В.Т. Коломієць, О.Б. Ткаченко. АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. Київ : Наукова думка, 1982. 632 с.
4. Цимбал Т. Філософія героїзму в інтелектуальній спадщині В. Липинського. *Спільна спадщина. Річ Посполита обох народів в польській і українській історичній думці XIX і XX ст. = Wspólne dziedzictwo. Rzeczpospolita Obojga Narodów w polskiej i ukraińskiej myśli historycznej XIX i XX w.* Херсон, 2019. С. 279–287.
5. Комаров Р. Культурний героїзм у контексті української філософської традиції (концепції Д. Донцова та В. Липинського). *Наукові записки. Філософія та релігієзнавство*. Т. 37. Київ : Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія». 2005. С. 83–87.
6. Іщук А. А. Філософська трансформація поняття героїчного : роль освіти та мистецтва у формуванні «героїчної особистості». *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 7 : Релігієзнавство. Культурологія. Філософія*. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова. Вип. 42(55). 2020. С. 280–287.
7. Микольченко В. Екзистенційні аспекти феномена героїзму: «homo heroicus». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філософія»*. Вип. 16. 2015. С. 69–73.
8. Фуркало В.І., Фуркало В.С. Небанальність героїзму. *Актуальні філософські, політологічні та культурологічні проблеми розвитку людини і суспільства у динамічному та глобалізованому світі : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 11–12 лютого 2022 р. Київ : Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2022. С. 30–33.
9. Іванишин П. Таємниця чину, або Дещо про героїзм Івана Гонти. *Слово і час*. № 12. 2016. С. 49–56.
10. Нахлік Є. Франкові «Конкістадори»: поетизація здобувницького героїзму. *Слово і Час*. № 8. 2018. С. 26–32.
11. Шапошникова О.О. Дискурс героїзму в романах Івана Багряного. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. № 73. С. 204–209.
12. Івасюк Г.О. Архетип героя у сучасній німецькій мові. *Мова*. № 36. 2021. С. 52–56.
13. Котова І.А. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі : когнітивний і прагматичний аспекти : дис. на здоб. наук. ступеня канд. філолог. наук : 10.02.04 «Германські мови». Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. Харків, 2016. 279 с.
14. Frisk K. What Makes a Hero? Theorising the Social Structuring of Heroism. *Sociology*, 53(1), 2019. P. 87–103.
15. Franco Z.E., Blau K., Zimbardo P.G. Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism. *Review of General Psychology*, 15(2), 2011. P. 99–113.
16. Глуценко О. 93% українців підтримують Зеленського. *Українська Правда*. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/3/7327647/> (дата звернення: 10.05.2023).
17. Близнюк К. Р. Асоціативний образ Батьківщини в мовній картині світу української молоді. *Мова: класичне – модерне – постмодерне*, (8), 2022. С. 63–82.
18. Близнюк К. Р. Свідченка Р. О. Асоціативне поле концепту ВІЙНА у свідомості української молоді. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 23. Т. 1. 2022. С. 18–23.