

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Odsjek za kroatistiku

Katedra za hrvatski standardni jezik

**PRIMJENA ASOCIJATIVNE METODE
U PROUČAVANJU LEKSIČKOGA ZNAČENJA**

DIPLOMSKI RAD

8 ECTS bodova

Mentorica:

Doc. dr. sc. Tatjana Pišković

Studentica:

Nikolina Vidović

Zagreb, rujan 2017.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Mentalni leksikon i načini njegova istraživanja.....	2
3. Asocijativna metoda u semantičkim istraživanjima.....	6
3.1. O asocijativnoj metodi.....	6
3.2. Zapaženija istraživanja verbalnih asocijacija	8
4. Leksičko-semantički odnosi.....	11
4.1. Antonimija	11
4.2. Sinonimija.....	12
4.3. Hiponimija i taksonimija	13
4.4. Meronimija	14
5. Istraživanje	16
5.1. Ciljevi istraživanja i hipoteze	16
5.2. Metodologija.....	16
5.2.1. Upitnik.....	17
5.2.2. Odabir riječi pobuđivača	17
5.2.3. Ispitanici	18
5.2.4. Intervju	19
5.3. Rezultati.....	19
5.4. Rasprava	23
5.4.1. Rasprava s obzirom na asocijativna polja	24
5.4.2. Rasprava s obzirom na hipoteze.....	37
5.4.3. Usporedba: Asocijativni rečnik srpskoga jezika	40
6. Zaključak.....	44
7. Literatura.....	45
8. Prilozi.....	47

1. Uvod

„U početku bijaše Riječ“, stoji na početku biblijskog Evandjelja po Ivanu. Po riječi je sve postalo i iz nje sve izvire, ona svemu prethodi. Ljudima je od neizmjerne važnosti; po njoj spoznajemo i razumijevamo svijet oko sebe. S lakoćom joj pristupamo i pomoću nje izražavamo misli i osjećaje, a neophodna nam je u svakodnevnom životu. No rijetko se o njoj zapitamo, ostavljajući je lingvistima i leksikografima koji se njome stručno bave i kojima je najteža upravo riječ o riječi. Naizgled jednostavna i sama po sebi razumljiva, izmiče zadovoljavajućoj definiciji, stoga lingvisti razlikuju pravopisnu, gramatičku i fonološku riječ, a leksikolozi su uveli apstraktnu jedinicu, leksem, koji predstavlja ukupnost oblika i značenja jedne riječi. Leksem je jedinica mentalnoga leksikona, rječnika koji ljudi imaju u svojem umu. Organizacija leksičke memorije u ljudskom mozgu aktualna je tema istraživanja (Erdeljac 2009: 11). Tim se pitanjem bave psiholingvisti čiji su predmet istraživanja procesi koji stoje iza ljudske sposobnosti proizvodnje, razumijevanja i usvajanja jezika. Različitim se psiholingvističkim eksperimentima dolazi do spoznaja o tome kako pohranjujemo i organiziramo riječi u svome umu. Jedan je od načina istraživanja mentalnog leksikona asocijativna metoda.

Cilj je ovog diplomskog rada da se na temelju istraživanja verbalnih asocijacija na uzorku govornika hrvatskoga jezika uoče leksičko-semantički odnosi između riječi pobuđivača i riječi reakcija.¹ U prvome će se dijelu rada dati teorijski pregled o mentalnom leksikonu i opisat će se asocijativna metoda kao jedan od načina raščlambe leksičkog značenja te će se rastumačiti prednosti njezine primjene u lingvistici. Slijedi kratak pregled ključnih pojmova, odnosno osnovnih leksičko-semantičkih odnosa. Drugi dio rada odnosi se na samo istraživanje za koje su postavljeni određeni ciljevi i hipoteze. Nakon opisa metodologije slijede rezultati, rasprava i zaključci. Ponudit će se pregled zajedničkih i individualnih reakcija na pojedine riječi pobuđivače uz podatke o frekvenciji svake pojedine reakcije. Analizirat će se čime je motiviran izbor asocijacija, a priroda odnosa između riječi reakcija i riječi pobuđivača pomoći će rasvijetliti kako to ljudi slažu i povezuju riječi u svojem umu.

¹ Prema Matičinu pravopisu skupovi dviju imenica od kojih jedna atributno dopunjava drugu, a koje se obje sklanjaju, pišu se nesastavljeno, pri čemu se razlikuju od dvopojmovnih imeničkih složenica gdje je atribucija obostrana ili obje imenice ravnopravno sudjeluju u stvaranju značenja.

2. Mentalni leksikon i načini njegova istraživanja

Psihološke aspekte u proučavanju jezika na teorijskoj i na primijenjenoj razini proučava lingvistička disciplina koju nazivamo psiholingvistikom (Erdeljac 2009: 13). Kako joj i samo ime govori, povezuje lingvistiku sa psihologijom, a psiholingviste zanima jezik i um. Aitchison kao glavne istraživačke teme izdvaja usvajanje jezika, vezu između jezičnog znanja i jezične upotrebe, odnosno kako ljudi koriste svoje znanje o jeziku te proizvodnju i razumijevanje govora (Aitchison 2007: 2). Pri proizvodnji i razumijevanju govora ljudi demonstriraju sposobnost brzog pristupanja pohranjenim informacijama o riječima jezika koji govore – pristup nečemu što bi se moglo nazvati mentalnim rječnikom (Garman 2000: 137). Mentalni je leksikon od iznimne važnosti jer njemu se pristupa „u svakom činu lingvističke komunikacije, bilo da se u njemu traži riječ koja će označavati neko značenje koje se želi izraziti ili da se traži značenje riječi koja se čula, dakle i u proizvodnji jezika i u njegovu primanju“ (Erdeljac 2009: 43). Da bi jezik razumio, govornik iz vizualnog ili glasovnog oblika mora izvesti značenje, odnosno auditivne ili vizualne informacije koje prima moraju u mentalnom leksikonu aktivirati pohranjeno značenje o riječima koje prikazuju (Erdeljac 2009: 95). Drugim riječima, govornik tu pisanu ili govorenu riječ mora prepoznati. Da bi jezik proizveo, prema Leveltovu modelu jezične proizvodnje, govornik najprije poruku mora osmisliti, tj. generirati, zatim formulirati, a tek onda artikulirati. Poruka se jezično oblikuje u formulatoru koji je zamišljen „kao mehanizam koji prevodi konceptualne strukture u lingvističke“ (Erdeljac 2009: 154). U toj etapi proizvodnje govora govornik pristupa mentalnom leksikonu koji sadrži informacije za gramatičko i fonološko kodiranje poruke. U konačnici se poruka u artikulatu i izgovara. Za bilo kakvo služenje jezikom središnju ulogu ima upravo mentalni leksikon.

Mentalni je leksikon „skladište riječi jezika koji znamo i koji učimo, to su ukupni podaci o riječima kojima se služimo“ (Erdeljac 2009: 11). On je „konstrukt koji se zasniva na pretpostavci da svi oni koji upotrebljavaju neki jezik raspolažu relevantnim podacima o riječima i njihovim međusobnim odnosima koji su pohranjeni u njihovoj memoriji; a obuhvaća različite vrste podataka o riječima (semantičke, sintaktičke, morfološke, fonološke, fonetske itd.)“ (*ibid.*: 324). Za postojanje mentalnog leksikona i potvrdu činjenice da riječi u umu nisu nabacane bez reda Aitchison navodi dva razloga: količinu riječi kojima se služimo i brzinu kojom im možemo pristupiti (Aitchison 1997: 9). Obrazovani odrasli govornik nekog jezika raspolaže s 50.000 do čak 250.000 riječi (Erdeljac 2009: 38), a pristupa im doslovno u sekundi. Tolika se količina riječi može upamtiti samo ako je znanje strukturirano i organizirano (Aitchison 1997: 5), što

upućuje na to da su rječnici koje ljudi imaju u umu iznimno organizirani, ali se uvelike razlikuju od papirnatih verzija. Daleko su kompleksniji, a oni na papiru redovito su zastarjeli jer se jezik neprestano mijenja. Sadržaj mentalnog leksikona, za razliku od običnog rječnika, nikad nije konačan (*ibid.*: 12). Rječnici samo oponašaju mentalne leksikone i pružaju mnogo manje informacija o svakoj pojedinoj riječi, što je ujedno najveća razlika između tih dvaju rječnika. Jednako tako, pisani rječnici organizirani su jednodimenzionalno (kao popis riječi), dok mentalni leksikon (kao mreža riječi) omogućava istovremeni pristup svojim različitim dimenzijama (Erdeljac 2009: 36). Govornici posjeduju mnogo više informacija o riječima u svojem umu, dok se većina rječnika uglavnom bavi riječima u izolaciji (Aitchison 1997: 13). Rječnici bilježe samo standardni izgovor, dok govornici paralelno koriste i dijalektalni izgovor; pamte kolokacije i definiraju riječi u odnosu prema drugima u istom semantičkom polju ili pak mogu odrediti prototipičnost za različite pripadnike kategorije (*ibid.*: 14).

Mentalni je leksikon, dakle, veoma složen konstrukt, ali postoje načini njegova istraživanja. Proučavanjem mentalnog leksikona „pokušava se saznati što zapravo znači znati neku riječ, na koji su način riječi „uskладиštene“ u leksikonu te kako se do njih dolazi ako je to potrebno“ (Erdeljac 2009: 20). Valja napomenuti da ne postoji neposredan pristup mentalnom leksikonu, stoga se on mora proučavati posredno. Aitchison navodi četiri različita izvora o strukturi mentalnog leksikona, a oni su sljedeći: fenomen „navrh jezika“ i govorne pogreške zdravih odraslih govornika u spontanom govoru, govorna produkcija afazičara, psiholingvistički eksperimenti i saznanja teorijskog jezikoslovlja (Aitchison 1997: 16). Nabraja više vrsta psiholingvističkih eksperimenata kao što su testovi asocijacija, leksička odluka, leksičko usmjeravanje, praćenje fonema i *gating* (*ibid.*: 24–25). Naglašava da svaka od metoda ima svoje prednosti, ali i neizbježne nedostatke te da im se ne može u potpunosti vjerovati, već da je potrebno kombinirati različite metode, a ne oslanjati se samo na jednu (*ibid.*: 27). Tako se dolazi do važnih i vrijednih spoznaja o mentalnom leksikonu, ali sa zaključcima valja biti oprezan te ne valja podcijeniti kompleksnost mentalnog leksikona – mi ga se trudimo objasniti pojednostavlivanjem, što ne znači da naš um funkcionira na jednostavan način (*ibid.*: 26). Erdeljac naglašava važnost različitih psiholingvističkih i neurolingvističkih testova u istraživanju mentalnog leksikona. Uz već spomenute tu su testovi za provjeru jezične produkcije, jezičnog razumijevanja ili jezičnog usvajanja, testovi i druge metode koje se primjenjuju u neuroanatomiji (Erdeljac 2009: 75) te proučavanje jezičnog procesiranja i upotrebe dvojezičnih i višejezičnih govornika (*ibid.*: 12). Na temelju rezultata različitih tipova

psiholingvističkih istraživanja dolazi se do spoznaja i zaključaka o načelima organizacije i funkcioniranja mentalnog leksikona (*ibid.*: 11).

Erdeljac navodi da jedinice u mentalnom leksikonu imaju svoje mjesto u njegovoj unutrašnjoj strukturi te da nikako nisu izolirane od ostalih jedinica leksikona, već da postoje veze unutar natuknica i među njima (Erdeljac 2009: 168–169). Navodi da su veze između leksičkih natuknica u mentalnom leksikonu dvovrsne: intrinzične (unutrašnje) i asocijativne. Naime, ako jedinice dijele neka obilježja, čvršće će se povezivati. Unutrašnje veze proizlaze iz četiriju obilježja leksema (semantičkih, morfoloških, fonoloških i sintaktičkih). Na temelju značenja povezani su riječ i njezin hiperonim, sinonim ili kohiponim (*životinja – pas – mačka – svinja*). Između natuknica s istim korijenom postoji morfološka povezanost, odnosno derivacijska (*gledati – pogled – gledatelj*). Između riječi s istim početnim fonemom ili istim završetkom postoji fonološka povezanost (*vrh – vrt*). Što se tiče sintaktičke povezanosti, za nju nema čvrstih dokaza, a u prilog njezinu postojanju imamo samo kolokacije. Druga su vrsta veza među natuknicama asocijativne veze koje nisu nužno semantički utemeljene, već su posrijedi česte zajedničke upotrebe ili kolokacije. Iako je veza posredovana kompleksnim konceptualnim odnosima, one postaju direktne zbog čestoga zajedničkoga pojavljivanja: „Kad se jedna jedinica upotrijebi, druga bude na neki način potaknuta, stimulirana, premda originalna konceptualna veza nije pitanje aktualnog diskursa“ (Erdeljac 2009: 170). Iako asocijativne veze mogu biti i posljedica čestog pojavljivanja smislom povezanih jedinica u istom diskursu, što je slučaj s antonimima (*lijevo i desno*).

Aitchison mentalni leksikon zamišlja kao multidimenzionalnu mrežu koju čine različiti tipovi semantičkih odnosa među jedinicama od kojih, na temelju rezultata testa asocijacija, izdvaja četiri najvažnija: koordinacija, kolokacija, superordinacija i sinonimija (Aitchison 1997: 84). Kolokacija se odnosi na dvije jedinice leksikona koje se često pojavljuju zajedno. Superordinacija se odnosi na slučajeve u kojima su ispitanici navodili hiperonim riječi pobuđivača, a sinonimija se odnosi na riječi slična značenja. Koordinacija je najčešća veza, a prepoznaje se među riječima koje se grupiraju po značenju, kao što su *sol* i *papar* ili *crven*, *bijel*, *plav* i *crn*. Kao posebna vrsta koordinacije izdvaja se antonimija u grupama od samo dva člana, kao što su *lijevo* i *desno*. Veze među koordiniranim pojmovima veoma su čvrste, što potvrđuju istraživanja govornih pogrešaka i drugi psiholingvistički eksperimenti. Ispitanici, primjerice, često zamjenjuju članove u istoj skupini, kao što su *jabuka* za *kruška*, *crven* za *crn* ili *ponedjeljak* za *utorak* (Aitchison 1997: 87). Skupine riječi, odnosno semantička polja, odvojena su, što dokazuju eksperimenti s afazičarima. Naime, ispitanici s pojedinim

semantičkim poljima nisu imali nikakvih problema, dok s drugima jesu: primjerice, ispitanik je znao imenovati kuhinjski pribor, ali ne i voće; odjeću, ali ne i vrstu tkanine i slično (*ibid.*: 88).

3. Asocijativna metoda u semantičkim istraživanjima

3.1. O asocijativnoj metodi²

O asocijativnoj metodi mnogo je pisala Rajna Dragičević, koja u svojoj knjizi *Leksikologija srpskog jezika*, u pristupima proučavanju leksičkog značenja, uz komponentnu analizu, teoriju prototipa i konceptualnu analizu, navodi i proučavanje verbalnih asocijacija kao metode za proučavanje leksičkog značenja. Najveća je prednost ispitivanja asocijacija govornika upravo jednostavnost i brzina provođenja, a rezultatima se može koristiti u mnogim područjima kao što su medicinska klinička dijagnostika, sociologija, psihologija, pedagogija, kulturologija, marketing, lingvistika, psiholingvistika i sociolingvistika (Dragičević 2005: 56). Odgovori su nerijetko unisoni, pa se čak govori o „normama verbalnih asocijacija“ (Postman i Keppel: *The Norms of Word Association*). Autor testa sastavlja listu riječi pobuđivača na koju ispitanici odgovaraju usmeno ili pismeno riječima koje im prve padnu na pamet, a koje nazivamo riječima reakcijama. Što je više ispitanika, to su rezultati pouzdaniji.³ Ovisno o načinu na koji se postavi istraživanje, asocijacije se prema jednom kriteriju mogu podijeliti na kontinuirane i diskretne, a po drugom na slobodne i kontrolirane. Ako se od ispitanika traži samo jedna riječ, odgovor se naziva diskretnom asocijacijom, a ako se traži više riječi, onda govorimo o kontinuiranim asocijacijama. Kod slobodnih asocijacija ispitanici nemaju nikakva ograničenja u izboru leksika, dok se kontrolirane asocijacije odnose na slučaj kad istraživač traži da ispitanici odgovore određenom vrstom riječi ili da između riječi pobuđivača i riječi reakcije postoji određeni leksičko-semantički odnos (Dragičević 2005: 57). Asocijativno polje definira kao skup svih asocijacija koje govornici navode uz riječ pobuđivač (*ibid.*: 60). Naglašava da su asocijacije važan izvor podataka u vezi sa značenjem riječi jer tvrdi da, kada velik broj ispitanika ima istu reakciju na zadanu riječ pobuđivač, to nikako ne može biti slučajno. Ta dva

² Valja istaknuti jednu terminološku zanimljivost koju je uočila Branka Tafra i o kojoj je pisala u recenziji priručnika Rajne Dragičević *Leksikologija srpskog jezika* (Tafra: 235). U *Asocijativnom rečniku srpskoga jezika* upotrebljava se pridjev *asocijativni*, a u hrvatskoj se literaturi koristi pridjevom *asocijativni* u nazivu same metode (*asocijativna metoda*). Tafra skreće pozornost na paronimni par u hrvatskom jeziku, *asocijativan* koji znači „koji izaziva asocijacije, koji se temelji na asocijacijama; koji se može spojiti, spojiv, koji povezuje“ i *asocijacijski*, „koji se odnosi na asocijaciju i asocijacije“. Upozorava da *asocijativna* ne može biti ni metoda, rječnik ili teorija i predlaže da je bolje upotrijebiti *rječnik asocijacija* kad se bude radio takav rječnik hrvatskog jezika.

³ Dragičević navodi da je statistička analiza pokazala da se frekvencija odgovora, izražena u postocima, ne mijenja ako ima više od 500 ispitanika, što je idealan broj ispitanika u jednom istraživanju verbalnih asocijacija (Dragičević 2007: 122).

leksema stoje u određenoj semantičkoj vezi jer se u mentalnom leksikonu nalaze u neposrednoj blizini (Dragičević 2007: 114). Asocijacije se dijele na sintagmatske i paradigmatske. Dok su sintagmatske „nepresušan izvor za ispitivanje sintaktičkih, distributivnih, frazeoloških mogućnosti riječi pobuđivača“, paradigmatske „predstavljaju zapažujuće upotpunjenu sliku najvećeg broja semantičkih odnosa u koje taj stimulus stupa“ (Dragičević 2005: 59). Međutim, smatra da se asocijativna metoda ne može samostalno upotrebljavati u semantičkim istraživanjima za razliku od drugih navedenih teorija, no naglašava da ona može biti veoma plodonosna u dijagnosticiranju neke semantičke pojave ili u potvrđivanju rezultata do kojih se došlo primjenom neke druge teorije (Dragičević 2007: 114). Ističe da su mogućnosti asocijativnih testova u lingvističkim istraživanjima neograničeno velike i da gotovo nema semantičkog istraživanja u kojem se nešto ne bi moglo provjeriti asocijativnim testom, što potkrepljuje i primjerima. Navodi da se asocijativni testovi mogu upotrebljavati u ispitivanju antonimije, tvorbe riječi, konceptualizacije i prototipičnosti te u komparativnim semantičkim istraživanjima. U istraživanjima prirode antonimije na temelju pridjevskih riječi pobuđivača potvrđeno je da je leksem suprotnog značenja primarna asocijacija, a suprotnost jedan od vodećih logičkih odnosa koji ima najsnažniji utjecaj na paradigmatsku organizaciju leksika (Dragičević 2005: 61). Jedno je istraživanje pokazalo da derivati ne stupaju u asocijativne veze s leksemima od kojih su nastali, već se osamostaljuju i stupaju u semantičke veze sa svojim sinonimima, antonimima i hiponimima (Dragičević 2007: 116). Na osnovu najfrekventnijih asocijacija govornika na leksem koji označava apstraktni pojam, točnije emociju, može se sastaviti scenarij te emocije ili se mogu razmotriti pojmovne metafore na osnovu kojih se ta emocija razumijeva i doživljava (Dragičević 2007: 108). Testom asocijacija propitala se i hijerarhijska organizacija pridjeva sa značenjem ljudskih osobina, a rezultati su pokazali da su prototipični pridjevi *lijep* i *dobar* (Dragičević 2005: 63). Kad je riječ o asocijativnim rječnicima, Dragičević navodi da oni mogu biti od velike pomoći u leksikografiji, leksikologiji i semantici u potrazi za tipičnim, osnovnim značenjem. Naime, rezultati asocijativnog testa mogli bi se koristiti u leksikografiji u definiranju leksema jer asocijacije govornika same izbacuju osnovna značenja leksema u prvi plan, a manje frekventne asocijacije otkrivaju i ostala njihova značenja, dok frekvencija reakcije određuje hijerarhiju tih značenja (Dragičević 2005: 73).

Aitchison navodi da je prvo ispitivanje asocijacija proveo britanski psiholog Francis Galton krajem 19. stoljeća (Aitchison 1997: 24). Galton je na 75 riječi zapisao svoje prve dvije asocijacije. Bio je to prvi eksperiment o organizaciji riječi u umu. Analizom verbalnih asocijacija dolazi se do spoznaja o tome kako su riječi povezane u ljudskom umu. Aitchison

navodi tri važna zaključka do kojih se došlo provođenjem testa asocijacija (*ibid.*: 83): ispitanici biraju riječ iz istog semantičkog polja, što upućuje na to da se riječi iz istog semantičkog polja pohranjuju zajedno; ispitanici biraju antonim ili drugi dio para ako je riječ pobuđivač dio para te ispitanici biraju istu vrstu riječi. Što se tiče nedostataka asocijativne metode, ističe činjenicu da je riječ o neprirodnom procesu jer zahtijevati da ispitanici odgovore jednom riječi nije u skladu s načelima proizvodnje govora. Nadalje, rezultati se drastično mijenjaju ako se riječ pobuđivač malo promijeni. Primjerice, na riječ pobuđivač *mjesec*, ispitanici najčešće odgovaraju *sunce* ili *zvijezde*, ali ako im se ponudi grupa riječi kao što je *mjesec, slon, kit i stadion*, njihova se asocijacija mijenja i odgovaraju s *veliko*. Dakle, asocijacije se mijenjaju u kontekstu, pa testovima asocijacija ne možemo dobiti konačnu sliku strukture mentalnog leksikona.

3.2. Zapaženija istraživanja verbalnih asocijacija

Američki psiholozi Kent i Rosanoff prvi su koji su proveli veće istraživanje verbalnih asocijacija. Cilj je bio usporediti asocijacije ljudi s mentalnim poteškoćama s onima dobrog mentalnog zdravlja. Sastavili su test asocijacija od 100 riječi pobuđivača na koje su ispitanici morali odgovoriti riječju koja im prva padne na pamet. Sve su riječi bile neutralne, a one na koje bi ispitanici mogli imati emocionalnu reakciju izbjegavane su. Najprije je ispitano tisuću zdravih ispitanika obaju spolova u dobi između osam i 80 godina, različitog stupnja obrazovanja. Nisu mjerili vrijeme reakcije. Riječi reakcije poredane su po frekvenciji, a rezultati su pokazali da ispitanici najčešće odgovaraju antonimima ili sinonimima. To, međutim, nije bio glavni cilj istraživanja. U drugom je dijelu istraživanja sudjelovalo 247 pacijenata iz bolnice Kings Park State u New Yorku. Rezultati su istraživanja pokazali da je 26,8 % asocijacija ispitanika s mentalnim poteškoćama bilo individualno, dok je kod zdravih ispitanika taj postotak bio samo 6,8 %. Individualne su asocijacije analizirane kako bi se ustanovilo postoji li razlika u asocijacijama pacijenata s različitim mentalnim poteškoćama. Danas se taj test zove *Test slobodnih asocijacija Kent-Rosanoff* i njime se koristi ne samo u psihologiji, već i u lingvistici i mnogim drugim znanostima.

Zapaženije istraživanje asocijacija na našem području provedeno je u Srbiji 2002. i 2003. godine. Kao rezultat istraživanja 2005. godine nastao je *Asocijativni rečnik srpskoga jezika*. Ugledajući se na model ruskog asocijativnog rječnika, ispitane su verbalne asocijacije govornika srpskog jezika. Građa za rječnik prikupljala se testovima diskretnih i slobodnih

asocijacija. Sastavljeno je ukupno šest različitih anketa s po 100 različitih riječi pobuđivača. Pritom je 500 riječi pobuđivača bilo u kanonskom, a 100 u zavisnom obliku. Na svaku je riječ pismenim putem odgovaralo oko 800 ispitanika u dobi između 18 i 25 godina. Vrijeme ispunjavanja upitnika bilo je ograničeno (šest sekundi za svaku zadanu riječ). Riječi pobuđivači pripadaju najdominantnijim tematskim grupama: boje, zvuci, oblici, srodstvo, povijest, nacionalna kultura, suvremena znanost i tehnologija, hrana i piće te osnovni leksički sloj riječi. Zaključeno je da punoznačne riječi daju manje raznovrsne odgovore od nepunoznačnih. Nadalje, asocijacije na imenice najčešće su u paradigmatском, a na priloge u sintagmatskom odnosu s riječi pobuđivačem. Na pridjeve i glagole reakcije su različite – sintagmatske i paradigmatске. Reakcije na poznate pridjeve češće su paradigmatске nego reakcije na nepoznate i nefrekventne pridjeve.

Danas se testovi asocijacija u velikoj mjeri koriste i za proučavanje mentalnog leksikona stranog jezika kako bi se ustanovile razlike ili sličnosti u strukturi između mentalnog leksikona materinskog i stranog jezika. Rezultati takvih istraživanja pomažu u razvoju modela mentalnog leksikona, ali su i izvor korisnih informacija nastavnicima stranog jezika koji su u potrazi za što uspješnijom metodom poučavanja vokabulara. Takvo je istraživanje proveo Ali Rahimi 2009. godine u Iranu prema postupku koji opisuje Michael McCarthy u svojoj knjizi *Vocabulary*. Uzorak čini 21 polaznik tečaja engleskog jezika u dobi između 16 i 30 godina. Ispitanici su podijeljeni u tri skupine s obzirom na stupanj znanja jezika (od početnika do naprednih polaznika). Upitnik se sastojao od osam riječi pobuđivača koje su različite po vrsti i frekvenciji; jedna je od njih nepunoznačnica, a riječi označavaju i konkretne i apstraktne fenomene. Nakon ispunjavanja upitnika proveden je kratak intervju tijekom kojeg su ispitanici imali priliku objasniti svoje odgovore. U ispitivanjima mentalnog leksikona izvornih govornika, paradigmatски odnosi prevladavaju, dok su sintagmatski odnosi češći u ispitivanjima leksikona stranog jezika, što je u ovom istraživanju i potvrđeno. Međutim, iako su prijašnja istraživanja pokazala da su asocijacije po zvuku češće kod početnika, u ovom je istraživanju razlika između početnika i naprednih učenika stranog jezika bila minimalna. Zanimljivo je da su ispitanici riječ po zvuku asocijali u slučajevima kad je riječ pobuđivač bila manje frekventna riječ. Zaključuje se da je mentalni leksikon stranog jezika slične strukture kao i leksikon materinskog jezika te da veze među riječima postoje. Stoga je riječi stranog jezika preporučljivo učiti s njihovim antonimima, sinonimima i podacima o vrsti riječi. Tako se osnažuju veze među riječima u mentalnom leksikonu te se nove riječi lakše pamte.

Zanimljivi su rezultati istraživanja koje su u Mashhadu u Iranu proveli Asghari Nekah, Akhlaghi i Ebrahimi. Na uzorku od 110 studenata u dobi od 18 do 24 godine ispitali su asocijacije na 22 riječi pobuđivača. Ukupno su prepoznali 17 različitih odnosa između riječi pobuđivača i riječi reakcija. Uz hiponimiju, meronimiju, sinonimiju, antonimiju prepoznaju i sljedeće odnose: odnos člana i skupine kao podvrstu meronimije (*stablo – šuma*), materijal (*stolac – drvo*), uređaj kojim se koristi u određenom mjestu (*hladnjak – kuhinja*), mjesto (odnos je raznovrstan: kad je što iznad ili ispod čega: *oko – obrva*, kad je što u čemu: *mozak – glava*, kad je što pored čega: *plaža – more*, kad je što oko čega: *prsten – prst* i odnos između zanimanja i mjesta na kojem se ono obavlja: *medicinska sestra – bolnica*), uzrok (*bolest – bakterija*), atribut (opisuje riječ: *žut – kanarinac*), vrijeme (*doručak – jutro*) i funkcija (*stolica – sjedenje*). Zaključuje se da se mentalni leksikon bazira na semantičkim vezama među jedinicama.

4. Leksičko-semantički odnosi

U knjizi *Temeljni lingvistički pojmovi* Trask navodi da se sintagmatski odnosi ili odnosi *in praesentia* ostvaruju „između jezičnih elemenata koji su istodobno prisutni u strukturi“ (Trask 2005: 317). U psiholingvistici taj pojam označava asocijativnu vezu među riječima koje se često pojavljuju zajedno. Primjerice, ispitanici na riječ pobuđivač *crna* obično odgovaraju s *magija* ili *ovca*. Paradigmatski odnos ili odnos *in absentia* odnos je „niza jezičnih jedinica koje, u određenom smislu, predstavljaju odabire, zbog čega u istome trenutku samo jedna od njih može stajati na određenome mjestu“ (Trask 2005: 238). U psiholingvistici taj pojam označava mentalnu vezu među riječima „koje tvore dio postave međusobno suprotnih elemenata“ (Trask 2005: 239). Primjerice, ispitanici na riječ pobuđivač *crno* najčešće odgovaraju antonimom *bijelo*.

4.1. Antonimija

Antonimija je arhetipski leksičko-semantički odnos. Antonim je „riječ po značenju suprotna drugoj riječi“ (Šarić 2007: 41), a antonimija je leksičko-semantički odnos u kojemu su suprotstavljena sva ili neka pojedinačna značenja leksema. U literaturi se antonimija redovito objašnjava prva i tek iza nje slijede ostali leksičko-semantički odnosi. Lyons ističe da je binarna opozicija jedno od najvažnijih načela koje upravlja strukturom jezika, a to se najbolje očituje, barem što se vokabulara tiče, upravo u antonimiji (Lyons 1977: 271). Ljiljana Šarić navodi da je „opća tendencija ljudi da karakteriziraju iskustvo u dihotomne kontraste“ (Šarić 1992: 180) te da je psihološka činjenica sklonost mišljenju u opozicijama koja se sekundarno odrazila u jeziku i koju prepoznajemo u leksemima koji su povezani kao *visok – nizak*, *kupiti – prodati*, *muško – žensko* ili *lijevo – desno* (*ibid.*: 178). U knjizi *Antonimija u hrvatskome jeziku* Šarić ističe da je suprotnost „jedan od temeljnih smislenih odnosa u semantici“ (Šarić 2007: 35) i da se nameće govornicima u komunikacijskom procesu u tome što oni navode upravo značenjski suprotnu riječ u anketama asocijacija ili je izvorni govornici i djeca često upotrebljavaju umjesto one koju su doista htjeli izreći ako su u stanju emocionalne uzbuđenosti ili pak govore vrlo brzo (*ibid.*: 35). Nadalje, „odraz kompletne leksikalizacije mišljenja u opozitnim odnosima morfološka je nepovezanost antonimičnih riječi“ (Šarić 1992: 184). U mnogim su jezicima antonimične riječi morfološki nepovezane i njih teoretičari nazivaju „pravim“ antonimima (*ibid.*: 183) jer za takvo što u jeziku nema potrebe (Lyons 1977: 276). Bio bi jednako učinkovito sredstvo komunikacije i da ima parove kao što su *dobar – nedobar*. Međutim, „pridjevi

nerijetko tvore višočlane nizove u kojima svaki član izražava neki stupanj osobine: *vruć – vreo – topao – hladan – studen – mrzao – leden*, a svi članovi antonimnog niza mogu biti raznokorijenske riječi“ (Šarić 1992: 188). Lyons (1977: 279) pod antonimijom podrazumijeva samo stupnjevite opozicije, kao što su *velik – malen* ili *visok – nizak* koji su početna i krajnja točka na pravcu na kojem postoji i sredina; među kojima postoji srednji član. U takvo strogo poimanje antonimičnosti ulaze uglavnom pridjevi i prilozici. Razlikuje još dvije vrste leksičke opozicije, a to su komplementarnost i konverzivnost (*ibid.*: 281).

Prema značenjskoj klasifikaciji Šarić (2007: 192–196) dijeli antonime na *konverzivne* ili *obratne* s obilježjem usmjerenosti koji izražavaju istu radnju sa suprotnih gledišta i odnose se na dva subjekta u istoj situaciji (*pobijediti – izgubiti*), *vektorne* koji označuju suprotnu usmjerenost radnje, svojstva ili obilježja (*odlaziti – dolaziti, rađati se – umirati, debljati se – mršavjeti* ili *vjenčati se – razvesti se*), *kvalitativne* ili *stupnjevite* koji imenuju krajnje točke na kontinuiranoj ljestvici vrijednosti koja varira s obzirom na kontekst uporabe (*bijel – crn, hladan – topao* ili *veseo – tužan*), *koordinacijske* koji izražavaju suprotnost koordinacijskih pojmova i stvaraju kontrarnu suprotnost (*sjever – jug, lijevi – desni, uvijek – nikad, sve – ništa*) i *komplementarne* ili *binarne* koji imenuju komplementarno suprotne odnose među leksemima i iscrpljuju sav relevantan prostor između njih (*mladić – djevojka, rat – mir, kriv – nedužan*).

4.2. Sinonimija

Bernardina Petrović u knjizi *Sinonimija i sinonimičnost u hrvatskome jeziku* naglašava da opsežnijih kroatističkih radova o sinonimiji nema, ali da se „obično shvaća na dva načina: 1. kao potpuna jednakost i 2. kao velika bliskost (sličnost)“ (Petrović 2005: 122). Stoga se koristimo nazivima istoznačnica i bliskoznačnica, iako je važno primijetiti da potpunih istoznačnica u jeziku nema (*ibid.*: 123). Petrović tvrdi da je sinonimija „leksička pojavnost utemeljena na asocijativnom povezivanju različitih leksema koji imenuju iste ili bliske semantičke sadržaje odnosno leksičko povezivanje sinonima, leksema koji u svojem semantičkom sadržaju imaju isti arhisem i barem jedan isti sem ili više istih sema“ (*ibid.*: 125–126). Petrović razlikuje leksičku sinonimiju koja se ostvaruje na paradigmatškoj razini od sintaktičke sinonimije ili sinonimičnosti koja se ostvaruje na sintagmatškoj razini. Samardžija sinonime dijeli prema dvama kriterijima: po zamjenjivosti u kontekstu na istoznačnice i bliskoznačnice, a po prepoznatljivosti u kontekstu na općejezične (samostalne) i kontekstualne (Samardžija 1995: 18–20).

Aitchison upozorava da su jezične pogreške zamjene sinonima veoma rijetke (Aitchison 1997: 91). Naime, oba leksema često odgovaraju u kontekstu u toj mjeri da se pogreška jedva i primijeti, a takve su pogreške rijetke jer su sinonimi u mentalnom leksikonu organizirani drukčije od antonima (*ibid.*: 91). Naime, leksemi sličnog značenja pamte se u različitim semantičkim poljima, a izbor sinonima ovisi o kontekstu (*ibid.*: 97). Primjerice, veza između leksema *sprint* i *čovjek* ili *galop* i *konj* jača je od veze između leksema *sprint* i *galop*, stoga rijetko dolazi do pogrešaka. Isto vrijedi za *okotiti se* i *roditi* ili *uginuti* i *umrijeti*.

4.3. Hiponimija i taksonimija

Hiponimija je leksičko-semantički odnos koji pretpostavlja odnos između nadređenog i podređenih pojmova. Nadređeni se pojam naziva hiperonim, a podređeni su pojmovi hiponimi (ako je X hiponim od Y, Y je hiperonim od X). Podređeni su pojmovi u ravnopravnom odnosu kohiponimije i nazivaju se kohiponimima (Lyons 1977: 291). Lyons ističe da ovaj paradigmatički odnos nije ništa manje važan od antonimije jer je riječ o osnovnoj strukturalnoj relaciji u leksikonu. Hiponimija je tranzitivan odnos: ako je *krava* hiponim leksema *sisavac*, a *sisavac* hiponim leksema *životinja*, *krava* je hiponim leksema *životinja* (Lyons 1977: 292). Takav odnos pretpostavlja hijerarhijsku strukturu vokabulara, zbog čega se u kasnim 60-ima i 70-ima mislilo se da je leksikon organiziran u hijerarhijama (Aitchison 1997: 93). Međutim, Aitchison naglašava da katkad hiperonima za određenu grupu riječi nema. Iako ljudi lekseme pamte u grupama, katkad te grupe ne imenuju. Također, ne postoji samo jedan leksem na vrhu hijerarhije jer postoje različite vrste riječi, a i unutar iste vrste riječi često imamo niz općenitih leksema koji organiziraju vlastite hijerarhije (Lyons 1977: 298). Hiponimija se rijetko javlja u jezičnim pogreškama, a i rijetka je u govoru – govornici će češće pitati za nož i vilicu, nego za pribor za jelo (Aitchison: 93). Odnos između leksema *nož* i *vilica* i *pribor za jelo* primjer je kvazihiponimije koju objašnjava Lyons. Kvazihiponimija podrazumijeva odnos u kojem hiperonim ne pripada istoj vrsti riječi kao hiponimi kao u primjerima *oblik* > *okrugao* i *četvrtast* ili *okus* > *kiseo* i *gorak* (Lyons 1977: 299) i odnos u kojem hiperonim pripada skupini *singularia tantum* koja izražava skup nebrojivih entiteta, dok hiponimi označavaju što brojivo kao u primjerima *voće* > *jabuka* i *kruška* (*ibid.*: 316). U primjeru *pribor za jelo* i *nož* i *vilica*, hiperonim je izražen sintagmom, a hiponimi samo jednom riječju, što se također smatra kvazihiponimijom.

Hiponim najčešće predstavlja vrstu onoga što znači hiperonim, a Cruse takav leksičko-semantički odnos koji se može smatrati podvrstom hiponimije naziva taksonimija. Hiperonimi u tom slučaju imaju taksonime koji su u odnosu kotaksonimije i nazivamo ih kotaksonimima (Cruse 2001: 137). R. Chaffin i D. J. Herrmann (1984: 135–136) izdvajaju šest različitih vrsta taksonima: perceptivne subordinacije (*životinja – konj*), funkcionalne subordinacije (*vozilo – automobil*), subordinacije stanja (*osjećaj – strah*), geografske subordinacije (*država – Rusija*), subordinacije aktivnosti (*igra – šah*) i subordinacije radnje (*kuhanje – prženje*).

4.4. Meronimija

Meronimija jest hijerarhijski leksičko-semantički odnos koji prepoznajemo između dvaju leksema od kojih jedan označava cjelinu, a drugi njezin dio (Cruse 2001: 159). Primjerice, uho je dio tijela, odnosno tijelo ima uho. Pritom je uho podređeni pojam i naziva se meronim, dok je tijelo nadređeni pojam i naziva se holonim (*ibid.*: 162). Tijelo ima i ruku koja je s uhom u ravnopravnom odnosu komeronimije i takvi se leksemi nazivaju komeronimima (*ibid.*: 160). Aitchison navodi da je meronimija veoma važan odnos za imenice jer ispitanici vrlo često navode dijelove predmeta o kojima ih se pita (Aitchison 1997: 103). Winston *et al.* (1978) razlikuju šest vrsta meronimijskih odnosa prema trima kriterijima koje meronim zadovoljava ili ne: funkcionalnost, sličnost i odvojivost. Meronimiju prepoznaju između komponente i cjelovitog predmeta koji ima određenu strukturu (*drška < šalica, poglavlje < knjiga, Belgija < NATO*), člana i skupine koja nije zadane strukture i čiji član ne obavlja nikakvu funkciju (*stablo < šuma, brod < flota*), komada i cjeline čiji su komadi međusobno slični, ali ne obavljaju funkciju unutar te cjeline (*kriška < torta, jard < milja*), građe i predmeta koji su neodvojivi jer građa čini taj predmet (*džin < martini, vodik < voda, željezo < bicikl*), faze i aktivnosti koja je strukturirana i sastoji se od faza (*plaćanje < kupovanje, ovulacija < menstrualni ciklus*) te mjesta i područja koji su neodvojivi (*Everglades < Florida, oaza < pustinja*). Komponenta je u funkcionalnom odnosu s cjelovitim predmetom i faza s aktivnošću, dok u ostalim podvrstama meronimije takvog odnosa nema. Komadi u cjelini i mjesta u području slični su, dok cjeloviti predmet ima više komponenata koje se međusobno razlikuju; skupina ima različite članove, predmet može biti različite građe te aktivnost može imati različite faze. Komponenta jest odvojiva od cjelovitog predmeta, član od skupine i komad od cjeline, dok je građa neodvojiva od predmeta, faza od aktivnosti i mjesto od područja. Nadalje, meronimiju razlikuju od nekih drugih semantičkih odnosa. Prostorna povezanost (engl. *spatial inclusion*) nije meronimijski

odnos jer iako postoji prostorna povezanost između meronima i holonima u nekim slučajevima (srce jest u tijelu), njih veže nešto više od pukog prostora. U primjerima *vino* < *hladnjak*, *zatvorenik* < *ćelija*, vino jest u hladnjaku, ali nije njegov dio, veže ih samo prostor. Taksonimija (engl. *class inclusion*) se također isključuje iz meronimije jer je riječ o vrsti, a ne o dijelu čega. Iz meronimije se isključuju i *atribut* (engl. *attribution*) u primjerima *kula* < *visoka* ili *šala* < *smiješna*, *dodir* (engl. *attachment*) u primjeru *naušnice* < *uši* te *vlasništvo* (eng. *ownership*) u primjerima *milijunaš* < *novac* ili *Jenny* < *bicikl*.

5. Istraživanje

5.1. Ciljevi istraživanja i hipoteze

Cilj je istraživanja testom asocijacija na što reprezentativnijem uzorku ispitanika ispitati njihove asocijacije, uočiti koliki je broj zajedničkih, a koliki individualnih asocijacija za svaku riječ pobuđivač te odrediti vezu između riječi pobuđivača i riječi reakcija. Rezultati istraživanja iznose se u obliku asocijativnih polja za svaku riječ pobuđivač. Propitat će se odnosi između riječi pobuđivača i riječi reakcije te će se ti odnosi i klasificirati. Pokušat će se doći do zaključaka o organizaciji mentalnog leksikona na temelju rezultata istraživanja. Za ovo su istraživanje postavljene sljedeće hipoteze koje se temelje na literaturi i dosadašnjim istraživanjima:

- većina je asocijacija zajednička, a manji dio čine individualne asocijacije;
- asocijacija na pridjev najčešće je njegov antonim;
- na konkretne imenice više je zajedničkih asocijacija nego na apstraktne;
- na izbor asocijacije utječe značenje riječi pobuđivača, a ne njezin oblik;
- izvanjezična stvarnost i znanje o svijetu utječu na asocijacije.⁴

Cilj je rada ujedno skrenuti pozornost na manjak sličnih istraživanja u Hrvatskoj i istaknuti koristi koje bi hrvatski jezik imao od asocijativnog rječnika.

5.2. Metodologija

Test verbalnih asocijacija proveden je pismeno, a ispitanici su na ponuđene riječi pobuđivače odgovarali jednom riječju ili najviše dvjema riječima koje su im prve pale na pamet. Stoga su tražene asocijacije diskretne i slobodne. Nakon ispunjavanja upitnika uslijedio je kratak intervju

⁴ Erdeljac (2009: 315) enciklopedijsko znanje objašnjava kao strukturirano znanje o svijetu pohranjeno u dugoročnoj memoriji govornika. Navodi da govornik mora imati pristup dvjema vrstama znanja kako bi oblikovao komunikacijsku poruku. Jedno je proceduralno znanje koje se odnosi na znanje o tome kako nešto učiniti i omogućava provedbu neke aktivnosti, dok je drugi tip znanja deklarativno znanje, odnosno znanje činjenica. U dugotrajnoj se memoriji svakog govornika krije velika količina deklarativnoga znanja, odnosno strukturiranog znanja o svijetu koje se naziva i enciklopedijskim. Uz to, govornik raspolaže i situacijskim znanjem, znanjem o konkretnoj situaciji koje proizlazi iz aktualnog diskursa (*ibid.*: 153).

kako bi ispitanici objasnili asocijacije koje se čine nepovezanim ili nejasnim, što je u određenim slučajevima olakšalo analizu podataka.

5.2.1. Upitnik

Upitnik se sastoji od 20 riječi pobuđivača poredanih abecednim redom. Vrijeme je rješavanja testa ograničeno. Za svaku je riječ reakciju predviđeno šest sekundi, stoga je ukupno vrijeme za rješavanje ankete dvije minute kako ispitanici ne bi imali vremena previše razmišljati o odgovoru i kako bi doista zapisali riječ koja im prva padne na pamet. Svakom je ispitaniku napomenuto da nema krivih odgovora i da ne razmišljaju previše, već da upišu riječ koja im prva padne na pamet, a ako asocijacije nemaju, da nastave s rješavanjem upitnika. Kad isteknu dvije minute, ispitanici više nemaju pravo upisivati asocijacije. Na početku upitnika nalazi se kratka uputa ispitanicima, a na kraju upitnika, nakon upisivanja asocijacija, ispitanici upisuju podatke o spolu, dobi, stupnju obrazovanja i županiji iz koje dolaze, odnosno u kojoj su proveli veći dio života. Primjerak upitnika nalazi se na kraju rada pod priložima.

5.2.2. Odabir riječi pobuđivača

Na rezultate istraživanja nedvojbeno utječu i same riječi pobuđivači, stoga ih je bilo potrebno pomno odabrati. Za lingvistička istraživanja najznačajnije su najfrekventnije riječi koje spadaju u osnovni leksički sloj jer imaju najbogatiju polisemiju i derivaciju. Stoga je jedan od izvora za odabir riječi pobuđivača *Hrvatski čestotni rječnik*.⁵ Također, bilo je važno da riječi pobuđivači pripadaju različitim semantičkim poljima i različitim vrstama riječi (glagoli, imenice, pridjevi i prilozi) kako bi se utvrdilo postoje li razlike u asocijacijama s obzirom na to što je po vrsti riječi riječ pobuđivač. Uključene su i riječi iz *Asocijativnog rečnika srpskoga jezika* kako bi se asocijacije ispitanika mogle usporediti s asocijacijama govornika srpskog jezika. Ispitivane su asocijacije na sljedećih 20 riječi pobuđivača poredanih abecednim redom: *crn, daleko, dobar, Europa, glup, istina, jabuka, kava, lijep, ljubav, pauk, politika, ruka, selfi, treba, uvijek, volim,*

⁵ Erdeljac (2009: 26) navodi u kakvu su odnosu čestotni rječnici s mentalnim leksikonom govornika pojedinog jezika: „Pokazalo se da je podatak o frekventnosti upotrebe riječi u čestotnom rječniku (koji se temelji na broju pojavljivanja riječi u brojnim tekstovima određenog jezika) odgovara ulozi i učincima koje učestalost riječi ima u mentalnom leksikonu prosječnog izvornog govornika toga jezika.”

votka, vrijeme i život. Po vrsti riječi, četiri su pridjeva (opisni, odnosno kvalitativni pridjevi *crn, dobar, glup, lijep*) i dva priloga (mjesni prilog *daleko* i vremenski prilog *uvijek*). Jedna je imenica vlastita (*Europa*), dok su ostale opće od kojih je pet apstraktnih (*istina, ljubav, politika, vrijeme, život*), a šest konkretnih (*jabuka, kava, pauk, ruka, selfi, votka*). Imenice označavaju svakodnevne stvari poput hrane, pića, životinje ili dijela tijela. Riječ *selfi* odabrana je kao dio aktualne stvarnosti i vremena u kojem živimo, a riječ *kava* kao izraz i kulturnog značenja, s obzirom na to kakvu ulogu ima na ovim prostorima. Dva su glagola navedena u zavisnom obliku (*volim, treba*), dok su sve ostale riječi pobuđivači navedene u kanonskom obliku. Od navedenih se riječi pobuđivača njih 10 nalazi na popisu 200 najčešćih riječi prema *Hrvatskom čestotnom rječniku*. Broj u zagradi označava na kojem se mjestu po čistoći nalazi navedena riječ: *ruka* (55.), *vrijeme* (70.), *život* (80.), *uvijek* (108.), *dobar* (111.), *daleko* (134.), *crn* (141.), *lijep* (181.), *voljeti* (190.) i *ljubav* (192.). Sve se riječi nalaze u *Asocijativnom rečniku srpskoga jezika* osim riječi *pauk, selfi* i *volim*.

5.2.3. Ispitanici

U istraživanju je sudjelovalo 100 ispitanika i ispitanica u dobi između 18 i 25 godina. Ispitanici su anketirani tijekom svibnja 2017. na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije. Omjer je muškaraca i žena koji sudjeluju u istraživanju jednak, odnosno, upitnik je ispunilo 50 žena i 50 muškaraca. Što se tiče njihove dobi, petero je ispitanika u dobi od 18 godina, osmero u dobi od 19, njih sedmero u dobi od 20 godina, 16 ispitanika ima 21 godinu, sedmero ispitanika 22, 15 ispitanika 23, 22 ispitanika 24, dok je onih u dobi od 25 godina ukupno 20. Ispitanici dolaze iz različitih dijelova Hrvatske i većina ih pripada studentskoj populaciji jer se upravo odabirom studenata mogao dobiti geografski najreprezentativniji uzorak. Od ukupnog broja ispitanika njih je najviše, ukupno 35, iz Grada Zagreba, 20 iz Zagrebačke županije, osmero iz Splitsko-dalmatinske, sedmero iz Brodsko-posavske, šestero iz Sisačko-moslavačke, po četvero iz Krapinsko-zagorske i Zadarske županije, po troje iz Karlovačke, Osječko-baranjske i Dubrovačko-neretvanske županije, a po jedan ispitanik dolazi iz Požeško-slavonske, Bjelovarsko-bilogorske, Ličko-senjske, Primorsko-goranske, Vukovarsko-srijemske, Varaždinske i Šibensko-kninske županije. Što se tiče stupnja obrazovanja, dvojica ispitanika u trenutku ispunjavanja upitnika još su pohađala srednju školu, desetero ispitanika ima završenu srednju školu, a desetero je diplomiralo na jednom od sljedećih fakulteta: Medicinski, Arhitektonski, Filozofski, Ekonomski, Prehrambeno-biotehnološki fakultet, Fakultet

strojarstva i brodogradnje i Fakultet prometnih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. Ostatak ispitanika, njih 78, studenti su s različitih humanističkih i prirodnih fakulteta: Fakulteta političkih znanosti, Fakulteta kemijskog inženjerstva i tehnologije, Fakulteta strojarstva i brodogradnje, Fakulteta elektrotehnike i računarstva, Pravnog, Edukacijsko-rehabilitacijskog, Filozofskog, Ekonomskog, Prehrambeno-biotehnološkog, Stomatološkog i Učiteljskog fakulteta te Zdravstvenog veleučilišta.

5.2.4. Intervju

Nakon ispunjavanja upitnika uslijedio je kratak intervju s ispitanicima. U većini slučajeva intervju zapravo i nije bio potreban jer je velika većina odgovora zapravo predvidljiva i veza je bila jasna. U nekim slučajevima ispitanici nisu ni znali objasniti zašto su koju riječ napisali, već su naveli da im je ona jednostavno prva pala na pamet. Ipak, neke su individualne asocijacije tijekom intervjua razjašnjene, a zanimljiviji su odgovori ispitanika navedeni u raspravi. Nadalje, zahvaljujući intervjuu, nečitljivi su odgovori odmah razjašnjeni i nije se moralo pribjegavati izostavljanju asocijacije zbog nečitljivosti.

5.3. Rezultati

Rezultati istraživanja prikazani su u obliku asocijativnih polja za svaku pojedinu riječ pobuđivač. Riječi pobuđivači poredane su abecednim redom, podebljane su i napisane verzalom radi preglednosti. Nakon riječi pobuđivača slijede riječi reakcije koje se donose redosljedom opadajuće učestalosti u odgovorima ispitanika. Učestalost riječi reakcija prikazana je brojem u zagradi iza svake pojedine riječi reakcije. Verbalne asocijacije iste učestalosti poredane su abecednim redom. U asocijativnom polju navedene su sve zajedničke i individualne reakcije, a nakon samog polja navedeno je pet različitih brojki u dvjema zagradama koje predstavljaju korisne količinske podatke u obradi asocijacija. U prvoj se zagradi nalaze dvije brojke od kojih prva označava ukupan broj reakcija na riječ pobuđivač, a druga slučajeve u kojima reakcije nije bilo, odnosno broj ispitanika koji nisu odgovorili na riječ pobuđivač. Zbroj dviju brojki u prvoj zagradi daje 100, odnosno ukupan broj ispitanika u istraživanju. U drugoj se zagradi nalaze tri brojke koje govore nešto o broju zajedničkih i individualnih asocijacija. Prva brojka u zagradi označava broj zajedničkih reakcija, a druga broj individualnih reakcija. Zbroj tih dviju brojki daje broj ispitanika koji su imali reakciju na riječ pobuđivač. Treća brojka, koja je podebljana,

označava koliko je bilo različitih reakcija na pojedinu riječ pobuđivač, odnosno ukupan zbroj riječi u asocijativnom polju. Taj je broj važan jer pokazuje raspršenost asocijacija. Valja napomenuti da, iako se u upitnicima katkad potkrala koja pravopisna greška, u rezultatima ovog istraživanja donose se pravopisno točne riječi, odnosno lektorirana verzija odgovora (primjerice, *džin* umjesto *đin* ili *džus* umjesto *đus*).

CRN bijel (33), ugljen (6), bijelo (4), crnac (4), dečko (3), mrak (3), pas (3), Afrika (2), auto (2), boja (2), bijeli (2), crv (2), mačak (2), noć (2), plav (2), vrag (2), bezdan, bolnica, Cigan, CNN, čađa, čovjek, dan, dimnjačar, dimnjak, humor, Jack, Jordan, konj, kuća, mačka, Marko, oblak, ovca, Rom, rupa, sin, smrt, stol, tinta, vrana

(99 : 1), (74 : 25, **41**)

DALEKO blizu (50), more (10), kuća (3), putovanje (3), Azija (2), horizont (2), Kina (2), nebo (2), SAD (2), obala (2), otok (2), Afrika, cesta, Daleka obala, daleko, daljina, dom, grad, i blizu, istok, Ivan Zak, mjesto, pjesma, rodni kraj, selo, smrt, svemir, svijet, Zagreb, zemlja

(99 : 1), (80 : 19, **30**)

DOBAR loš (38), zao (8), čovjek (6), pas (5), loš, zao (4), bolji (3), dečko (3), kruh (3), prijatelj (3), najbolji (2), anđeo, auto, Bog, crveno-bijela boja, dječak, dobročinitelj, drag, kao kruh, ko kruh, konj, momak, odrezak, osoba, pakao, papučar, posao, predsjednik, roditelj, ručak, slučajnost, sunce, tata, ukus, zlato

(99 : 1), (75 : 24, **34**)

EUROPA Azija (16), kontinent (15), Amerika (10), EU (5), Afrika (4), Hrvatska (4), plavo (4), svijet (3), Italija (2), unija (2), zemlja (2), bik, civilizacija, dom, Engleska, Erasmus, euro, Europska unija, interrail, Kina, kultura, London, mala, Merkel, Napoleon, ne znam, nogomet, novac, Njemačka, Pariz, plava boja, posao, raznovrsnost, razvijeno, stabilnost, Stari svijet, staro, velik, velika, zastava, zemlje, zemljovid, žarište

(99 : 1), (67 : 32, **43**)

GLUP pametan (31), gluplji (22), i gluplji (5), stup (3), čovjek (2), film (2), lud (2), Bandić, bijelo-žuta boja, budala, debil, dečko, dječak, dogmatik, Gašpar, ja, kao stup, klaun, ko stup, kolegij, Krešo, kreten, moj najbolji friend, narod, nedovoljno kapacitiran, neuk, Pat i Mat, razlog, smiješan, tko, što; tuka, tup, tupan, tupav, tupost, zatucan, Zdravko, životinje

(98 : 2), (67 : 31, **38**)

ISTINA laž (57), izazov (4), dobro (3), boli (2), pravda (2), apsolutna, crkva, dobra,

dobrota, filozofija, ja, knjiga, kob, konačna, krem boja, mama, ne postoji, nebo, nekad boli, nije, pošten, pošteno, povjerenje, roditelji, skrivena, stvarnost, sud, sunce, super, sve, važna, važno, veliko slovo, veritaserum, vlak

(98 : 2), (68 : 30, **35**)

JABUKA kruška (29), voće (18), crvena (7), stablo (7), crveno (5), crv (4), banana (3), Eva (2), drvo (2), naranča (2), ne pada daleko od stabla (2), Adam, Biblija, crven, dosadno, jesti, mama, Newton, okruglo, pada, petiljke, plod, Snjeguljica, šljiva, štrudla, voćnjak, zelena, zelena boja, zeleno, zmija

(100 : 0), (81 : 19, **30**)

KAVA čaj (12), mlijeko (12), jutro (10), kofein (5), šalica (4), cigareta (3), crna (3), fino (2), piće (2), s mlijekom (2), Ska (2), sunce (2), šećer (2), tava (2), Bosna, Brazil, cigara, ciglica, džezva, fina, Franck, gorka, i mlijeko, J. Amerika, jogurt, kolač, kuhana, miris, napitak, piti, prijatelj, prijatelji, radost, smeđa boja, smeđe, smrdi, sok, šlag, talog, turska, uvijek, uzbudljivo, užitak, uživanje, velika, zeleni čaj, zrna, zrno, život

(98 : 2), (63 : 35, **49**)

LIJEP ružan (39), zgodan (7), dečko (5), cvijet (4), dan (3), ljepši (3), pametan (3), život (3), auto (2), dobar (2), leptir (2), automobil, čuperak, divan, djevojka, Fićo, Francisco Lachowski, ideal, Ivan, izgled, ko

grieh, krajolik, lice, maneken, mlad, muškarac, oči, ogledalo, park, pas, priroda, puder, sladak, svijetlo, svijetlozelena boja, žene

(98 : 2), (73 : 25, **36**)

LJUBAV srce (19), mržnja (10), sreća (7), zloba (4), dečko (3), lijepo (3), bol (2), boli (2), djevojka (2), istina (2), ljepota (2), mama (2), mir (2), smrt (2), toplina (2), život (2), brak, crvena, crvena boja, crveno, divno, ispunjenost, isto ideal, jaka, je passe, kardinalna, Krešo, lijek, obitelj, odnos, ona, osjećaj, osjećaji, par, pare, patnja, povezanost, ruža, seks, selo, stvarna, super osjećaj, svađa, sve, teška, tužna, vjera, žena

(98 : 2), (66 : 32, **48**)

PAUK mreža (22), strah (11), životinja (7), kukac (4), noge (4), auto (3), zmija (3), crna udovica (2), mrav (2), soba (2), šest (2), tarantula (2), zid (2), automobil, bivši, bljak, crna boja, crno, dlakavo, dlake, fuj, gadan, gađenje, govno, jeza, komarac, leptir, lijepa životinja, luk, mali, osa, otrov, paučina, pipljiv, plesti, skakavac, slatko, Spiderman, strašno, škorpion, šuma, ubij ga, ubod, udovica, veliki, vrisak

(99 : 1), (66 : 33, **46**)

POLITIKA laž (7), dosada (5), gospodarstvo (5), sabor (5), Hrvatska (4), kurva (4), glupost (3), HDZ (3), krađa (3), vlada (3), društvo (2), država (2), fuj (2), korupcija (2), loše (2), moć (2), novine (2),

Plenković (2), prevara (2), Sanader (2), aktivnost, čovjek, demagogija, droga, ekonomija, glupo, i gospodarstvo, jao, jebo te, kaos, kapitalizam, Karamarko, kriminalac, Lovrinović, muka, nesposobnost, nezanimljivo, odijelo, profesija, Račan, ružno, siva boja, smeće, stupovi, svađa, svađe, Šeks, teško, Trump, uhljeb, umor, zatvor, znanje, zlo, život

(97 : 3), (62 : 35, **55**)

RUKA noga (33), prsti (10), prsten (8), prst (5), dlan (4), dio tijela (3), ruku mi je (3), desna (2), pomoć (2), tijelo (2), crna, dlake, dugačak, genijalna, gips, lijeva, ljepotica, Marinković, Marinković R., mišić, narukvica, ne znam, nokti, pomirenje, Ranko Marinković, robot, rukovanje, ruku, Rundek kreten, sat, svijetloroza boja, šaka, u ruci, žile

(96 : 4), (72 : 24, **34**)

SELFI štap (24), mobitel (22), glupost (4), slika (4), stick (4), kamera (3), debil (2), glava (2), smartphone (2), bijelo-plava boja, cura, čest, debilizam, fejs, Fejsbuk, fotić, fotografija, glupače, glupo, haha, Instagram, iPhone, ja, K. Kardashian, katastrofa, Kina, mobilni telefon, moderno, narcizam, ovisnost, podbradak, površnost, psihološki poremećaj, retardacija, samoslik, sebić, slike, smor, štap za selfi, trend, usamljenost

(99 : 1), (67 : 32, **41**)

TREBA cura (13), ne treba (10), mora (8), žena (5), potreba (4), ženska (4), butra (3), djevojka (2), učiti (2), pomoć (2), biti, Bosna, frajer, indoktrinacija, kukuruz, kurva, momak, naučiti, napraviti, neću, nedostatak, nešto, ništa, novaca, obveza, pica, plava kosa, pogrdno, prkositi, probat', raditi, radnika, riba, se veseliti, sleng, slovo M, spavati, svašta, sve, što, treba probat', trebati, umrijet', više, voda, Zagreb, zgodna, zgodna cura, želja

(92 : 8), (53 : 39, **49**)

UVIJEK nikad (25), zauvijek (17), stalno (9), nikada (5), ponekad (4), vrijeme (3), beskonačno, beskrajno, gladan, i svugdje, i zauvijek, kasnim, kontra, mama, nada, nasmijan, nikad više, ništa, obveza, pošten, probaj, prsten, sada, se nadati, sretan, svagda, svijetlo, svugdje, tama, vječnost, vjerni, volim, voljeti, za, znam

(92 : 8), (63 : 29, **35**)

VOLIM mrzim (12), ne volim (10), sve (4), i postojim (3), ljubav (3), mamu (3), sebe (3), život (3), jako (2), obitelj (2), piti (2), pizza (2), sreća (2), te (2), tebe (2), Bog, crvena boja, čokolada, dečka, djeca, FK, Hajduk, hrana, Hrvatsku, Ivu, jesti, kolač, lažem, mama, Marko, more, nisam, nju, pas, plivanje, prijatelja, prirodu, sladoled, slatko, sloboda, smrt, srce, sretan, starce, sunce, svakako, svijet, Valentinovo, Zagreb, želim

(90 : 10), (55 : 35, **50**)

VOTKA alkohol (12), piće (6), red bull (6), Rusija (6), džus (4), izlazak (4), juice (4), fuj (3), rakija (3), bitter (2), boca (2), čaša (2), gin (2), martini (2), party (2), pivo (2), povraćanje (2), prozirnost (2), sok (2), sprite (2), zabava (2), bolje ne, džin, flaša, glavobolja, glupost, i džin, jeger, loše, muka, naranča sok, ne pijem, očaj, pića, pijanka, pijanstvo, Poljska, Putin, s juicom, selfi, sok od naranče, subota, Šulc, užas, viski, voda, zlo

(98 : 2), (72 : 26, **47**)

VRIJEME sat (18), život (6), novac (5), prolaznost (5), sunce (5), leti (4), je novac (3), prolazi (3), sunčano (3), beskonačnost (2), kratko (2), nevrijeme (2), teče (2), time (2), beskrajno, bijelo-plava boja, brzo,

DHMZ, Einstein, godina, ide, je prolazno, kiša, kromos, kvalitetno, malo, Mediteran, minute, mjesec, mjesto, nema, nemam, nemam ga, oblaci, očaj, ograničeno, ograničenost, panika, prekratko, proljeće, sekunda, slobodno, sutra, relativno, ubojica, vječnost, zauvijek, žurba

(96 : 4), (62 : 34, **48**)

ŽIVOT smrt (31), sreća (7), je lijep (5), lijep (5), dug (4), kratak (4), put (3), beba, besmislen, bitak, Bog, dan, i smrt, isto, izmišljotina, je kazna, jedinstven, kazna, kompliciranost, laž, life, ljepota, more, pitanja, prilika, prolazan, relativno, san, sloboda, super, sve, svemir, svijetlo, traje, užitek, vrijeme, zabava, želim, život, životinje, žuta boja

(93 : 7), (59 : 34, **41**)

5.4. Rasprava

Rasprava je podijeljena na tri veća dijela. U prvom dijelu rasprave donose se rezultati s obzirom na asocijativna polja gdje se pobliže propituju odnosi između riječi pobuđivača i riječi reakcija, dok se u drugom dijelu rasprave donose rezultati s obzirom na hipoteze koje su postavljene za ovo istraživanje. U prvom se dijelu rasprave rezultati sagledavaju na pojedinačnoj razini, odnosno za svaku riječ pobuđivač posebno, dok se u drugom dijelu rasprave donose zaključci za cjelokupno istraživanje koji proizlaze iz analize svakog pojedinog asocijativnog polja. Treći dio rasprave donosi usporedbu s rezultatima istraživanja provedenog u Srbiji 2002. godine koji su objavljeni u *Asocijativnom rečniku srpskoga jezika*.

5.4.1. Rasprava s obzirom na asocijativna polja

Crn. Prvo je značenje pridjeva *crn* sljedeće: „koji je najtamnije boje [*crn kao ugljen*], opr. bijel“ (HJP: s. v. *crn*). Najčešća je asocijacija na *crn* upravo antonim *bijel*, ali ispitanici su asociirali i *bijelo* i *bijeli*. Antonimnih je odgovora ukupno 39, a riječ je o raznokorijenskom pridjevskom kvalitativnom antonimu koji je i dio leksikografske definicije. Sljedeća je najčešća asocijacija *ugljen* (6) gdje je očita frazeološka veza, koja se prepoznaje i kod asocijacije *ovca*. Uvriježene sintagme čine *crn* i asocijacije *Cigan, dan, humor, mačka, rupa, vrag* i *vrana*. *Crni Ciganin* sintagma je koja označava najneuglednijeg od ljudi, *crni humor* tragično pretvara u komično, *crna rupa* pojam je u astronomiji, *crni dani* mračni su, teški i neugodni, *crna vrana* i *crna mačka* simbol su nesreće jer „uvriježeno je vjerovanje da crne životinje donose nesreću ili predskazuju smrt“ (Brenko 2009: 45), a *crni vrag* označava bilo koga ili bilo što neodređenih ili nevjerojatnih osobina (HJP: s. v. *vrag*). *Afrika* je poznata i kao Crni kontinent i asocijacija je koja se može pripisati enciklopedijskom znanju. Odnos kvazihponimije prepoznaje se u odgovoru *boja* koji navodi dvoje ispitanika, dok još dvoje navodi kohiponim *plav*. Asocijacija *noć* i *smrt* razumljiva je jer se crna „često povezuje s noći i smrti, zlom i grijehom. Iskustvo noći kod ljudi je tisućljećima bilo povezano s opasnostima, prirodnim neprijateljima, zimom i hladnoćom.“ (Brenko 2009: 37). U asocijacijama *auto, bezdan, čađa, čovjek, crnac, dimnjačar, dimnjak, dečko, Jordan* (odnosi se na Michaela Jordana), *konj, kuća, mrak, oblak, pas, Rom, stol* i *tinta* prepoznaje se atributivna veza jer je pridjev *crn* atribut navedenim imenicama koje opisuje. *Crni Jack* asocijacija je na negativca iz dječje televizijske serije *Smogovci*, a *Crni mačak* pripovijetka je Edgara Allan Poea. Navedene su asocijacije sintagmatske, a dolaze iz književnosti i televizije. Asocijacije *crv* i *CNN* asocijacije su po obliku, a jedna je ispitanica napisala *bolnica* jer je *crn* shvatila kao kraticu pretrage što ju je odmah asociiralo na bolnicu. *Marko* je individualna asocijacija ispitanika čijem je prijatelju *crn* dio prezimena.

Daleko. Najbrojnija je asocijacija priložni kvalitativni antonim *blizu* koji je navela čak polovica ispitanika zbog čega je raspršenost asocijacija veoma malena. Bilo je ukupno 30 različitih odgovora, što je najmanje u cijelom istraživanju (riječ pobuđivač *jabuka* također ima raspršenost 30). Što se tiče ostalih odgovora, oni koji nisu naveli antonim raspršili su se jer su navodili ono što je njima osobno daleko i odgovor su temeljili na vlastitom iskustvu, što je i očekivano za apstraktni prilog. Razumljivo je da su studenti navodili *dom, kuća* ili pak *rodni kraj*, ali tu su i drugi odgovori: *more, Azija, Kina, horizont, nebo, SAD, otok, Afrika, cesta, grad, mjesto, istok, selo, smrt, svijet, svemir* i *Zagreb*. Teško je ne primijetiti da su sve te

asocijacije uglavnom imenice koje su konkretne i imenuju mjesta, a jedna je od njih upravo *mjesto*. Čak je pet toponima među asocijacijama (enciklopedijsko znanje). Može se zaključiti da mjesni prilog pobuđuje upravo imenice koje označavaju mjesta. U asocijacijama *putovanje* i *zemlja* prepoznaje se sintagmatska veza (sintagme *daleka putovanja* i *daleke zemlje* često se susreću u oglasima turističkih agencija). Jedna je od asocijacija i *daljina* u kojoj se prepoznaje morfološka veza. *Obala, Daleka obala, Ivan Zak, pjesma* i *daleko* asocijacije su iz popularne kulture, točnije iz glazbe.

Dobar. U leksikografskoj jedinici za leksem *dobar* pod prvim značenjem stoji: „a. koji je poželjnih osobina [*dobar čovjek*]; koristan, pošten, valja, opr. loš, zao“ (HJP: s. v. *dobar*). Najčešće su asocijacije na riječ pobuđivač pridjevi *loš* (38) i *zao* (8) koji su antonimi pridjeva *dobar*. Riječ je o pridjevskim kvalitativnim antonimima, a sudeći po odgovorima, ispitanici češće asociiraju antonim *loš* od antonima *zao*; oba su navedena u leksikografskoj definiciji. Asocijacije *bolji* i *najbolji* u morfološkoj su vezi s riječi pobuđivačem. Riječ pobuđivač *dobar* atribut je sljedećim asocijacijama: *Bog, auto, čovjek, dečko, dječak, dobročinitelj, konj, momak, odrezak, osoba, papučar, pas, posao, predsjednik, prijatelj, roditelj, ručak, slučajnost, tata* i *ukus*. Asocijacije *kruh, kao kruh* i *ko kruh* u frazeološkoj su vezi s riječi pobuđivačem. Asocijacija *drag* pridjev je sa značenjem ljudske osobine, kao i riječ pobuđivač. *Anđeo, zlato* i *sunce* izrazi su za ljude koji su po svojoj naravi dobri; naime, drugo je značenje imenice *anđeo* sljedeće: „*pren.* ljupka, bezazlena i dobra osoba bez obzira na dob, a osobito dijete ili žena [*pravi je anđeo*]“ (HJP: s. v. *anđeo*). Treće je značenje leksema *sunce* „draga osoba“ (HJP: s. v. *sunce*), a treće značenje leksikografske natuknice *zlato*: „*pren.* a. ono što mnogo vrijedi (osoba, stvar)“ (HJP: s. v. *zlato*). Riječ je o metaforičkim asocijacijama utemeljenima na kolektivnoj ekspresiji. Između asocijacije *pakao* i riječi pobuđivača prepoznamo odnos kvaziantonimije jer ne pripadaju istim vrstama riječi (*dobar* je pridjev, a *pakao* imenica), a imenuju suprotnosti. Antonim bi imenici *pakao* bio *raj*, a prema kršćanskom vjerovanju dobar čovjek odlazi u raj, a zao u pakao. Stoga se odnos *dobar – pakao* može tumačiti kao kvaziantonimija. Asocijaciju *loš, zao* dijeli čak četvero ispitanika, a može se pripisati popularnoj kulturi jer s riječi pobuđivačem daje ime talijanskog vesterna Sergia Leonea iz 1966. *Crveno-bijela boja* individualna je asocijacija.⁶

⁶ *Crveno-bijela boja* asocijacija je ispitanice koja je na većinu riječi pobuđivača odgovorila nekom bojom jer, kako ona objašnjava, svijet i pojmove vidi u bojama. U nastavku rada njezine će se asocijacije navoditi kao individualne, ali svakako bi bilo zanimljivo istražiti kojim bojama govornici pridaju kakvo značenje. O simboličkoj boji raspravlja

Europa. Najčešća je asocijacija kohiponim *Azija*, ali ispitanici navode i kohiponime *Amerika* i *Afrika*, kao i hiperonim *kontinent*. U kontekstu bi, dakako, navedene asocijacije mogle funkcionirati i kao antonimi, što se nameće kao klasifikacija za asocijaciju *Kina*. Asocijacije *Hrvatska*, *Italija*, *Engleska*, *London*, *Njemačka* i *Pariz* možemo shvatiti kao meronime holonima Europa. Kod asocijacija *Engleska*, *London*, *Pariz* riječ je o meronimijskom odnosu između mjesta i regije, dok se između država *Hrvatska*, *Italija* i *Njemačka* i riječi pobuđivača *Europa* prepoznaje meronimijski odnos između komponentne i cjelovitog predmeta, ako se Europa shvati kao sinegdoha za Europsku uniju, a države kao njezine članice. Kod asocijacija *EU*, *Europska unija* i *unija* prepoznaje se sinegdoha jer postoji logička veza dio – cjelina. *Svijet* i *zemljovid* holonimi su čiji je meronim Europa. *Zemlja* i *zemlje* također se mogu tumačiti meronimijskim odnosom, pri čemu je *Europa* holonim, a *zemlja* meronim. Enciklopedijskom znanju mogu se pripisati asocijacije *bik*, *Napoleon* i *Stari svijet*. U grčkoj je mitologiji Europa bila princeza koju je Zeus oteo pretvorivši se u bika. Napoleon je jedan od najvećih vojskovođa u europskoj povijesti. Stari svijet podrazumijeva kontinente koje su Europljani poznavali prije otkrića Amerika. Enciklopedijskom znanju pripadaju i asocijacija *Merkel*, kao i asocijacije *plavo*, *Erasmus*, *euro*, *interrail*, *plava boja* i *zastava*. *Plavo* se odnosi na vizualni identitet Europske unije i njezinu zastavu, *euro* je njezina valuta, a *Erasmus* njezin program za obrazovanje i osposobljavanje mladih ljudi. *Interrail* je karta koja korisniku omogućuje povoljno putovanje europskim željeznicama. *Mala*, *staro*, *velik* i *velika* asocijacije su koje se mogu okarakterizirati kao atributi koji su posljedica osobnog stava s obzirom na to da oblikuju sasvim suprotna stajališta. Izraz su osobnog stava, odnosno načina na koji ispitanici konceptualiziraju Europu i sljedeći leksemi koje ispitanici povezuju s Europom: *civilizacija*, *dom*, *kultura*, *nogomet*, *novac*, *posao*, *raznovrsnost*, *razvijeno*, *stabilnost* i *žarište*. Individualna je asocijacija *ne znam*.

Glup. Najučestaliji je odgovor antonim *pametan* (31), a riječ je o pridjevskom kvalitativnom antonimu. Druga je najčešća asocijacija *gluplji* (22), komparativ pridjeva *glup* gdje se prepoznaje morfološka veza. Petero je ispitanika navelo asocijaciju *i gluplji* koja je sintagmatska jer je riječ o nastavku naslova filma braće Petera i Bobbyja Farrellyja *Glup i gluplji* iz 1994. godine. Asocijacija je ujedno i odraz znanja o svijetu jer dolazi iz područja popularne kulture. U asocijacijama *stup* (3), *kao stup* i *ko stup* uočava se frazeološka veza. Asocijacije *čovjek* (2), *film* (2), *dečko*, *dječak*, *kolegij*, *narod* i *razlog* u sintagmatskoj su vezi

se u knjizi skupine autora *Moć boja: kako su boje osvojile svijet* u izdanju Etnografskog muzeja izdanoj u rujnu 2009. godine koja se nalazi u popisu literature.

s riječi pobuđivačem, a pritom je *glup* njihov atribut, kao i kod asocijacija *dogmatik* i *klaun*. Imenice *budala*, *debil*, *kreten*, *tuka*, *tupan* i *tupost* primjer su kvazisinonimije (Dragičević 2007: 249), dok su *nedovoljno kapacitiran*, *neuk*, *smiješan*, *lud*, *tup*, *tupan*, *tupav* i *zatucan* sinonimi. Asocijacija *tko*, *što* u sintaktičkoj je vezi s riječi pobuđivačem jer ispitanici je na pamet palo nominativno pitanje i pitala se tko ili što je glup. Asocijacije *Bandić*, *bijelo-žuta boja*, *Gašpar*, *ja*, *Krešo*, *moj najbolji friend*, *Zdravko* i *životinje* individualne su asocijacije i izraz su osobnog stava.

Istina. Čak je 57 ispitanika napisalo *laž*, što je primjer raznokorijenskog komplementarnog, odnosno binarnog antonima. *Izazov* (ime igre *Istina ili izazov*), *boli*, *ne postoji*, *nekad boli* i *nije* sintagmatski su uvjetovane asocijacije. *Apsolutna*, *konačna* i *skrivena* asocijacije su koje bi se mogle opisati kao atributi, kao i *dobra* i *važna*, a dio ispitanika izrazio je svoj stav o istini koja ima samo pozitivne konotacije: *dobro* (3), *pošten*, *pošteno* i *važno*. Povezuju je i s drugim apstraktnim imenicama kao što su *pravda*, *dobrota* i *povjerenje*. Jedan je ispitanik naveo *veritaserum* što je napitak iz Harryja Pottera koji osobu opije da govori samo istinu. U kršćanskom je vjerovanju Isus Krist Put, Istina i Život, a time možemo tumačiti asocijacije *crkva* i *veliko slovo*. S obzirom na to da je istina apstraktna imenica, očekivala se velika raspršenost asocijacija i ispitanici su je povezivali s raznim leksemima: *filozofija*, *knjiga*, *kob*, *nebo*, *roditelji*, *stvarnost*, *sve*, *sud*, *sunce* i *vlak*. Jedna ispitanica navodi *mama* jer kaže da mami nikad nije lagala, dok druga navodi *ja* jer je uvijek iskrena. Individualna je asocijacija *krem boja*.

Jabuka. Kao najučestalija asocijacija na jabuku javlja se *kruška* s čak 29 odgovora. Narav ove veze može se tumačiti na više načina. Postoji frazem *miješati/zbrajati kruške i jabuke*, a nekoć se na HRT-u prikazivala veoma popularna kulinarska televizijska emisija *Kruške i jabuke*. Napokon, kruška je vrsta voća, kao i jabuka te je možemo smatrati kohiponimom. Od ostalih vrsta voća, odnosno kohiponima, troje ispitanika navodi *banana*, dvoje *naranča*, a jedan *šljiva*. *Kruška* uvjerljivo prednjači zbog spomenute frazeološke veze koju *jabuka* nema s ostalim navedenim vrstama voća, ali valja uzeti u obzir da je kruška prototipnije voće stanovnicima na ovom području od, primjerice, banane koja se ovdje ne uzgaja, pa su je ispitanici rjeđe navodili. Osamnaestero je ispitanika jabuku klasificiralo kao *voće*, što je po Lyonsu (1977) kvazihiponimija jer je hiperonim *voće singularia tantum* i izražava skup nebrojivih entiteta, a hiponim je u ovom slučaju imenica *jabuka* koja označava što brojivo. Dvoje je ispitanika kao asocijaciju navelo čitav frazem: *ne pada daleko od stabla*, jedan ispitanik samo *pada*, a njih sedmero navodi *stablo* koje se može tumačiti spomenutom frazeološkom ili sintagmatskom

vezom (*stablo jabuke*). Sintagmatska veza prepoznatljiva je i u asocijacijama *drvo*, *jesti* i *štrudla*. *Peteljka* i *plod* meronimi su holonima *jabuka*, a između njih prepoznaje se meronimijski odnos između komponente i cjelovitog predmeta. Asocijacije *crv*, *Eva*, *Adam*, *Biblija*, *zmija*, *Newton* i *Snjeguljica* rezultat su enciklopedijskog znanja ispitanika. Newton je zahvaljujući padu jabuke počeo razmišljati o gravitaciji, a Snjeguljicu je od otrovne jabuke spasio princ. *Adam*, *Eva*, *zmija* i *jabuka* protagonisti su biblijske priče o prvom grijehu. Dobar dio ispitanika navodi *crvena* (7), *crveno* (5), *crven* ili pak *zelena*, *zelena boja*, *zeleno* i *okruglo*, asocijacije koje se mogu objasniti atributom. Asocijaciju *voćnjak* s jabukom veže meronimijski odnos između člana i skupine, pri čemu je *jabuka* metonimijski shvaćena kao stablo jabuke. Asocijacija *dosadno* izraz je osobnog stava, a *mama* je individualna asocijacija iako zasigurno nije samo jedna majka nudila jabuke u nedostatku čega slatkog.

Kava. Najčešća je asocijacija na kavu *čaj*, što se može objasniti kohiponomom kao vrstom pića ili pak sintagmatskom vezom (*kava ili čaj*). Jedan ispitanik navodi i *zeleni čaj*, najčešću zamjenu za kavu gdje se također uočava odnos kohiponimije, kao i u primjeru *sok*. Sintagmatsku, ustaljenu vezu prepoznajemo i u drugim asocijacijama: *mlijeko* (12), *šalica* (4), *cigareta* (3), *crna* (3), *s mlijekom* (2), *šećer* (2), *gorka*, i *mlijeko*, *miris*, *piti*, *šlag*, *turska*, *velika*, *zrna* i *zrno*. *Kofein* možemo smatrati meronimom holonima *kava* gdje prepoznajemo meronimijski odnos između predmeta i njegove građe. *Piće* i *napitak* hiperonimi su riječi pobuđivaču *kava*, ali valja napomenuti da se između riječi *piće* i *kava* prepoznaje odnos kvazihiponimije. Enciklopedijsko znanje očituje se u toponimima *Bosna*, *Brazil* i *J. Amerika*, koji označavaju izvoznike kave ili zemlju poznatu po kulturi ispijanja kave. Znanju o svijetu pripisuju se asocijacije *Ska* (kafić u blizini Filozofskog fakulteta), *ciglica*, *Franck* i *tava*. Potonje u sintagmatskoj vezi s kavom daje ime kafića u centru Zagreba. Ispitanici su izražavali i svoj osobni stav: *fino* (2), *fina*, *prijatelj*, *prijatelji*, *radost*, *smrdi*, *uvijek*, *uzbudljivo*, *užitak*, *uživanje* i *život* iz čega se može iščitati da kava ispitanicima nije samo puki napitak, već im znači i nešto više. Kod asocijacije *sunce* prepoznaje se sintagmatska veza jer *kava na suncu* omiljena je aktivnost mnogih Hrvata, a pije se uz *kolač*. Čak desetak ispitanika povezuje je s *jutrom*, što je asocijacija po vremenu. Asocijacija po mjestu bila bi *džezva* u kojoj se kava kuha. *Kuhana*, *smeđa boja* i *smeđe* atributi su leksema *kava*. Asocijacija *talog* u meronimijskom je odnosu s riječi pobuđivačem (komponenta – cjelovit predmet).

Lijep. Najčešća je asocijacija antonim *ružan* (39), a slijedi sinonim *zgodan* (7). Valja primijetiti da je antonim prva asocijacija na zadani opisni pridjev te da je mnogo više ispitanika ponudilo antonimnu od sinonimne reakcije. Sinonimnima se mogu smatrati i asocijacije *divan* i *sladak*,

a navedene su u *Rječniku sinonima* pod natuknicom *lijep*. Komparativ *ljepši* u morfološkoj je vezi s pridjevom *lijep*. U atributnoj je vezi riječ pobuđivač sa sljedećim asocijacijama: *dečko* (5), *cvijet* (4), *dan* (3), *auto* (2), *leptir* (2), *automobil*, *čuperak*, *djevojka*, *krajolik*, *lice*, *maneken*, *muškarac*, *oči*, *park*, *pas*, *priroda* i *žene*. Individualne su asocijacije *svijetlo* i *svijetlozelena boja*, a dio asocijacija proizlazi iz osobnog stava: *Fićo* (ispitanikov prijatelj), *Francisco Lachowski* (maneken iz Brazila) i *Ivan* (sam ispitanik). Kod asocijacije *ko grijeh* uočava se sintagmatska veza. Zanimljivo je da uz *lijep* ispitanici vežu druga dva pridjeva sa značenjem ljudske osobine, i to: *pametna* i *mlad*. Pridjev *lijep* služi za opisivanje fizičkog izgleda osobe, pa ne čudi asocijacija *izgled*. Ljepota je *ideal* u filozofiji, zloj je kraljici u Snjeguljici *ogledalo* pokazivalo najljepšu, a *puder* je kozmetika za uljepšavanje.

Ljubav. Najčešća asocijacija na *ljubav* jest *srce* s ukupno 19 odgovora. Dragičević navodi da je sjedište ljubavi u srcu i da ljubav u srcu izvire, čuva se i umire (Dragičević 2005: 68). Ljubav se tako konceptualizira kao materija čije je sjedište upravo srce. Srce je i najčešći simbol za ljubav, što je i peto značenje leksema *srce*: „stiliziran lik koji predočuje srce čovjeka i simbolizira ljubav“ (HJP: s. v. *srce*). Asocijacije *crvena*, *crvena boja* i *crveno* svjedoče o tome da se ljubav konceptualizira i kao crvena boja. Brenko navodi da crvena, između ostalog, simbolizira ljubav i brak te da je crvena ruža simbol ljubavi i vjernosti. *Ruža* je i jedna od asocijacija u ovom istraživanju, a riječ je o metaforičkoj asocijaciji utemeljenoj na kolektivnoj ekspresiji.⁷ Desetero je ispitanika odgovorilo antonimom *mržnja*, dok dvoje navodi *osjećaj(i)* što je hiperonim leksemu *ljubav*. Sintagmatsku, gotovo i frazeološku vezu prepoznamo u pomalo oprečnim asocijacijama jer neki će reći da ljubav *boli*, dok drugi kažu da je ljubav *lijek*. S obzirom na to da je *ljubav* apstraktna imenica, ne čudi niz individualnih asocijacija koje su izraz stava ili osobnog iskustva ispitanika koje se razlikuje, a ponekad je i oprečno: neki ljubav opisuju s *lijepo*, *divno*, *stvarna*, *super osjećaj* i *sve* dok je drugima ona *teška* i *tužna*. U većini navedenih asocijacija prepoznaje se atributna veza, dok se *super osjećaj* može tumačiti kombinacijom hiperonima i osobnog stava. *Kardinalna* i *jaka* u atributnoj su vezi s riječi pobuđivačem. Česti su odgovori u kojima ispitanici ljubav povezuju s osobom: *dečko* (3), *djevojka* (2), *mama* (2), *obitelj*, *ona* i *žena*, iz čega zaključujemo da je prototipični vid ljubavi romantična ljubav između dvoje ljudi. Zanimljivo, ljubav ispitanici povezuju i s drugim apstraktnim imenicama: *istina* (2), *ljepota* (2), *mir* (2), *smrt* (2), *vjera* i *život* (2), ali i s drugim

⁷ Brenko (2009: 19) upućuje na grčku legendu: „Adonisa je u lovu ubio divlji vepar i iz njegove krvi niknule su crvene ruže. U grčkoj mitologiji crvena ruža simbol je ciklusa rasta i propadanja, a ujedno znak ljubavi i privlačnosti.“

osjećajima: *sreća* (7), *bol* (2) i *patnja*. Odgovori *ispunjenost* i *povezanost* asocijacije su kojima se konceptualizira doživljaj ljubavi, a asocijacija *toplina* (2) upućuje na konceptualizaciju ljubavi kao materije koja se može doživjeti osjetilima. Dragičević navodi da se na asocijacije možemo osloniti u kreiranju kognitivnog scenarija za ljubav (Dragičević 2005: 69), a neke asocijacije iz ovog istraživanja elementi su tog prototipičnog scenarija: *par*, *seks*, *brak*, *svađa*.⁸ Četvero je ispitanika na riječ pobuđivač *ljubav* napisalo *zloba*, što je prva hrvatska opera Vatroslava Lisinskog iz 1846. godine. Individualna je asocijacija *Krešo*, što je ime ispitaničina dečka. *Ljubav je passe* naslov je pjesme iz popularne kulture, a riječ je o sintagmatskoj asocijaciji. *Ljubav je na selu* popularna je televizijska emisija kojom možemo objasniti asocijaciju *selo*. Na upit koja je veza između ljubavi i *para*, ispitanica odgovara da je čovjeku u životu potrebno i jedno i drugo.

Pauk. Najviše je ispitanika, njih 22, kao asocijaciju navelo imenicu *mreža*, a njih jedanaestero *strah*. Najčešće asocijacije za ovu riječ pobuđivač mogu se tumačiti enciklopedijskim znanjem ispitanika. Strah od pauka naziva se arahnofobija. Ubodi pauka mogu biti i otrovni, pa i asocijaciju *otrov* i *ubod* valja pripisati znanju o svijetu, kao i *plesti*. Sedmero ispitanika odgovorilo je hiperonimom *životinja*, dok su asocijacije *crna udovica*, *udovica* i *tarantula* hiponimi. Četvero ispitanika navodi *noge* i *dlake*, meronime holonima *pauk*. Riječ je o meronimijskom odnosu između komponente i cjelovitog predmeta. Treće je značenje pauka „vozilo s dizalicom za odnošenje ili premještanje automobila“ (HJP: s. v. *pauk*) i otud asocijacije *auto* i *automobil*. Asocijacija *paučina* u derivacijskom je odnosu s riječi pobuđivačem. Dio je ispitanika izrazio svoj stav o paucima na temelju svog iskustva s njima: *bljak*, *fuj*, *gadan*, *gađenje*, *govno*, *jeza*, *slatko*, *strašno*, *ubij ga* i *vrisak*. Asocijacija *lijepa životinja* kombinacija je hiperonima i osobnog stava ispitanika. Asocijacije *mali*, *veliki*, *crno*, *dlakavo*, *crna boja* i *pipljav* u atributnoj su vezi s riječi pobuđivačem. Asocijaciju *Spiderman* vežemo uz izvanjezičnu stvarnost, a označava čovjeka pauka, izmišljenog Marvelova

⁸ Dragičević (2005: 67) ističe da se ispitivanjem asocijacija, uz konceptualne metafore i kognitivne scenarije, može doći do važnih zaključaka o konceptualizaciji različitih apstraktnih pojmova, pa tako i emocija. Objašnjava da je jedna od hipoteza u vezi s konceptualizacijom emocija ta da postoje prototipične situacije u kojima se neka od njih javlja i da istraživanje konceptualizacija pojedine emocije podrazumijeva pronalaženje takve situacije za govornike pojedinog jezika. Kognitivni su se scenariji ispitivali testovima kontroliranih asocijacija u kojima se od ispitanika tražilo da završe započete rečenice: *Bijes je kad...* (*ibid.*: 69). Pretpostavka je bila da postoje i tipične osobe koje doživljavaju pojedinu osobinu, pa se testom kontroliranih asocijacija oblika: „_____ osjeća tugu“ potvrdilo da je pretpostavka bila točna (dijete osjeća sreću, otac bijes, vojnik strah i roditelj ponos; *ibid.*: 71).

stripovskog junaka. Individualna je asocijacija *bivši* uz kojeg ispitanica veže pauka jer joj ih je on ubijao. Asocijaciju *šest* možemo pripisati enciklopedijskom znanju, a navodi je dvoje ispitanika misleći da govore o broju nogu koje ima pauk. Međutim, pauzi imaju osam nogu, što ih razlikuje od kukaca koji imaju šest. *Kukac* je također asocijacija na *pauk* i njegov je kohiponim, kao i *leptir* jer se obje skupine ubrajaju u člankonošce. Niz se životinja pojavio kao asocijacija: *zmija, mrav, komarac, osa, skakavac* i *škorpion*, ali nisu sve životinje na istoj razini u hijerarhiji. Svakako dijele hiperonim *životinja*, ali mravi, ose, skakavci i komarci pripadaju kukcima. *Soba, šuma* i *zid* asocijacije su po mjestu jer se ondje mogu zateći pauzi.

Politika. Riječ pobuđivač *politika* ima najraspršenije asocijacije u cijelom istraživanju s ukupnom raspršenosti 55, što je i očekivano za apstraktnu imenicu. Dio se asocijacija može povezati sa znanjem o svijetu, a riječ je uglavnom o imenima istaknutijih hrvatskih političara ili stranaka: *HDZ, Karamarko, Lovrinović, Plenković, Račan, Sanader, Šeks* i *Trump*. Većina je ispitanika podijelila osobni i krajnje negativni stav o ovoj djelatnosti: *laž* (7), *dosada* (5), *glupost* (3), *krađa* (3), *fuj* (2), *korupcija* (2), *loše* (2), *prevara* (2), *demagogija, droga, glupo, jao, jebo te, kaos, kriminalac, muka, nesposobnost, nezanimljivo, ružno, smeće, stupovi, svađa, svađe, teško, uhljeb, umor, zatvor* i *zlo*. Četvero ispitanika navodi *kurva* u čemu prepoznajemo frazeološku vezu *politika je kurva* u značenju „u politici je mnogošta dopušteno, ona često iznevjerava onoga tko u nju vjeruje“ (HJP: s. v. *politika*). Dio ispitanika navodi neutralne apstraktne imenice *moć* (2), *znanje* i *život*. Iz svega se ovog može iščitati kako mladi Hrvati konceptualiziraju leksem *politika*. Nadalje, dvoje je ispitanika imalo neutralne asocijacije koje bismo mogli protumačiti hiperonimom: *aktivnost* i *profesija*. Šestero ispitanika navodi *gospodarstvo*, u čemu prepoznajemo sintagmatsku vezu i naziv predmeta u srednjim školama. Relativno su neutralne asocijacije i sljedeće: *Sabor* (5), *Hrvatska* (4), *vlada* (3), *novine* (2), *društvo* (2) i *država* (2). Ovdje valja dodati i asocijacije *čovjek, ekonomija, kapitalizam* i *odijelo*. Individualna je asocijacija *siva boja*.

Ruka. Značenje leksema *ruka* jest „jedan od gornjih udova ljudskog tijela od ramena do vrhova prstiju“ ili „šaka (od zglavka do prstiju)“ (HJP: s. v. *ruka*). Donji su čovjekovi udovi noge, a upravo je *noga* bila asocijacija za 33 ispitanika. *Ruka* i *noga* u odnosu su komeronimije. Desetero ispitanika navodi *prsti*, petero *prst*, četvero *dlan*, jedan *šaka*, a sve se mogu objasniti kao meronimi holonima *ruka*. Pritom je riječ o meronimijskom odnosu između komponente i cjelovitog predmeta. Troje je ispitanika navelo holonimnu sintagmu *dio tijela*, a dvoje *tijelo* koje možemo shvatiti kao holonim, dok je *ruka* njegov meronim. Treće je značenje leksema *ruka* „ispomoć, pomoć“ (HJP: s. v. *ruka*) i otud asocijacija *pomoć*. Troje ispitanika navelo je

nastavak frazema kojemu je *ruka* glavna sastavnica, *ruku mije*, a jedan ispitanik samo oblik *ruku* u značenju „oni koji imaju zajedničke interese i ovise jedni o drugima, uzajamno si pomažu“ (HJP: s. v. *ruka*). *Desna ruka* također je frazem koji označava oslonac, glavnu pomoć (HJP: s. v. *ruka*), a navodi je dvoje ispitanika. *Prsten* navodi osmero ispitanika, a asocijacije *dlake*, *gips*, *narukvica* i *sat* po jedan ispitanik, a sve se one mogu tumačiti mjestom jer prsten okružuje prst, narukvica i sat zapešće, gips čitavu ruku, a dlake rastu na ruci. *Robot* jest holonim meronima *ruka*, dok su *mišić*, *nokti* i *žile* meronimi holonima *ruka*. *Crna*, *dugačak*, *genijalna* i *lijeva* u atributnoj su vezi s riječi pobuđivačem *ruka*. Asocijacija *pomirenje* u sintagmatskoj je vezi s riječi pobuđivačem zbog frazema *dati komu ruku pomirenja*. Isto se odnosi na asocijaciju *u ruci* (*ruka u ruci*). Između *ruka* i *rukovanje* uočava se morfološka veza. Čak su tri asocijacije na riječ pobuđivač *ruka* ime hrvatskog književnika Ranka Marinkovića iako je naslov Marinkovićeve novele u množini. *Ruke* je i naslov pjesme Darka Rundeka, čime se može objasniti asocijacija *Rundek kreten*, ali u njoj se izražava i osobni stav. Za jednu je ispitanicu *ruka ljepotica* jer samo na njoj nosi nakit. Individualna su asocijacije *ne znam* i *svijetloroza boja*.

Selfi. U sintagmatskoj su vezi s riječi pobuđivačem *štap* i *stick*. Jedan ispitanik navodi *štap za selfi*. Četvero ispitanika navodi hiperonim *slika*, jedan *slike*, a jedan *fotografija*. Čak dvoje ispitanika puristi su koji su ponudili hrvatske riječi za *selfi* koje se mogu smatrati potpunim sinonimima: *samoslik* i *sebić*. Asocijacije *čest* i *moderno* u atributnoj su vezi s riječi pobuđivačem. Česta je asocijacija *mobitel* (22), zatim *smartphone* (2), *mobilni telefon*, *iPhone* ili pak *kamera* (3) i *fotić*, a riječ je o instrumentima kojima se ljudi koriste kako bi uslikali selfije. Asocijacije *cura* i *ja* odnose se one koji fotografiraju. *Glava* i *podbradak* dijelovi su ljudskog tijela koji neminovno osvanu na selfiju. *Trend* je asocijacija koja se može tumačiti hiperonimom. Velik je dio ispitanika ponudio svoj osobni stav o ovoj pojavi: *glupost*, *debil*, *debilizam*, *glupače*, *glupo*, *haha*, *katastrofa*, *narcizam*, *ovisnost*, *površnost*, *psihološki poremećaj*, *retardacija*, *smor* i *usamljenost*. Znanju o svijetu možemo pripisati asocijaciju *K. Kardashian* koja se odnosi na ime američke zvijezde *reality-showa* i *Kina*, država iz koje se selfi-štapovi najčešće naručuju. Znanjem o svijetu tumačimo i asocijacije *fejs*, *Fejsbuk* i *Instagram* koje se odnose na društvene mreže na kojima se takva vrsta fotografija najčešće objavljuje. Individualna je asocijacija *bijelo-plava boja*.

Treba. Riječ pobuđivač *treba* po vrsti je riječi glagol u trećem licu jednine. Prvo je značenje glagola *trebati* sljedeće: „(u 3. l. jd.) potrebno je, nužno je, valja“ (HJP: s. v. *trebati*) i upravo je u tom značenju riječ pobuđivač *treba* došla na popis za istraživanje. Međutim, ispostavilo se

da je većina ispitanika riječ pobuđivač shvatila kao imenicu ženskog roda u nominativu jednine koja za ispitanike u dobi između 18 i 25 godina u žargonu ima značenje djevojke ili cure. *Treba* postoji kao leksikografska natuknica u *Rječniku hrvatskog jezika*. Valja naglasiti da čak osmero ispitanika nije imalo reakciju na ponuđenu riječ pobuđivač jer je dio bio zbunjen, odnosno nesiguran kako je shvatiti – kao glagol ili imenicu. Najčešća je asocijacija na *treba* upravo *cura* (13), a ispitanici su ponudili i niz drugih sinonima: *žena* (5), *ženska* (4), *butra* (3), *djevojka* (2), *kurva*, *pica* i *riba*. Asocijacije *žena* i *djevojka* neobilježene su, dok ostatak pripada žargonu, kao i sama riječ pobuđivač. Asocijacija *zgodna cura* sinonimna je, ali postoji i atributna veza. Antonimija se prepoznaje u asocijacijama *frajer* i *momak*. Asocijacije *zgodna* i *plava kosa* atributi su koji djevojku opisuju. Dvoje je ispitanika napisalo *pogrdno*, *sleng* i *Zagreb* prepoznavši u riječi pobuđivaču žargon. Ispitanici koji su riječ pobuđivač shvatili kao glagol, ponudili su niz sintagmatski vezanih asocijacija, što je i očekivano sa zavisnim oblikom glagola. Dio je ispitanika naveo glagol u infinitivu: *učiti*, *biti*, *naučiti*, *napraviti*, *prkositi*, *probat'*, *raditi*, *se veseliti*, *spavati*, *treba probat'*, *umrijet'*, dok je dio ispitanika naveo imensku riječ, zamjenicu ili imenicu: *nešto*, *ništa*, *novaca*, *pomoć*, *radnika*, *svašta*, *sve*, *što*, *više* i *voda*. Sinonimija se uočava u asocijaciji *mora* koju navodi osmero ispitanika, i to ponovno u zavisnom obliku. Druga je najučestalija asocijacija *ne treba* koju navodi desetero ispitanika. Riječ je o suprotnosti koja se ostvaruje sintaktički, odnosno niječnicom *ne* ispred glagola. Asocijacije *nedostatak*, *obveza* i *želja* u semantičkoj su vezi s riječi pobuđivačem u skladu s drugim značenjem glagola *trebati* „imati potrebu za čim“ (HJP: s. v. *trebati*). Infinitiv *trebati* kanonski je oblik glagola *treba*, a *potreba* je imenica u kojoj se prepoznaje morfološka veza. Sintaktičkom bi se vezom mogla tumačiti asocijacija *neću* jer je ispitanica objasnila da kad što *treba*, ona odgovara s *neću*. Individualne su asocijacije *Bosna*, *indoktrinacija*, *kukuruz* i *slovo M*.

Uvijek. Najviše je ispitanika odgovorilo antonimom *nikad* (25) i *nikada* (5), dok je njih devetero ponudilo sinonim *stalno*, a jedan *svagda*. *Nikad više* također je antonimna asocijacija. Sljedeća je najbrojnija asocijacija *zauvijek* koju je ponudilo 17 ispitanika. Prema *Rječniku sinonima*, te su dvije riječi u sinonimnom odnosu: prvi je sinonim natuknice *zauvijek* leksem *uvijek*. Kohiponimi riječi pobuđivača *uvijek* jesu vremenski prilog *ponekad* koji je navelo četvero ispitanika i *sada* koji se javlja jednom. Troje ispitanika navodi *vrijeme*, što ne čudi s obzirom na to da je riječ o vremenskom prilogu. U sintagmatskoj je vezi riječ pobuđivač s asocijacijama *gladan*, *i svugdje*, *svugdje*, *i zauvijek*, *kasnim*, *kontra*, *nada*, *nasmijan*, *obveza*, *pošten*, *probaj*, *se nadati*, *sretan*, *vjerni*, *volim*, *voljeti*, *za* i *znam*. *Prsten* je metaforička asocijacija utemeljena na kolektivnoj ekspresiji jer *prsten* simbolizira vječnost. Uz to se vezuju

asocijacije *beskonačno*, *beskrajno* i *vječnost* koje pripadaju istom semantičkom polju jer označavaju stalno i neprestano bivanje. Individualne su asocijacije *mama*, *ništa*, *svijetlo* i *tama*.

Volim. Šesnaesta je riječ pobuđivač u upitniku bio glagol u zavisnom obliku – *volim*. Najviše je ispitanika odgovorilo suprotnim pojmom, koji je opet, zanimljivo, bio u zavisnom obliku i istom licu i broju kao i riječ pobuđivač: dvanaestero je ispitanika napisalo *mrzim*, a desetero *ne volim*. Prvo je leksička antonimija, dok je u potonjem riječ o suprotnosti ostvarenoj na sintaktičkoj razini s obzirom na to da niječnica *ne* dolazi ispred glagola. Jedna je ispitanica iz Splitsko-dalmatinske županije napisala *nisam*, što također možemo smatrati suprotnošću. Dvoje je ispitanika navelo druge glagole u istom licu i broju: *lažem* i *želim*. S obzirom na to da očite semantičke povezanosti nema, može se zaključiti da je riječ o asocijaciji po obliku. Kod asocijacija *te* i *tebe* prepoznaje se sintagmatska veza. *Volim i postojim* ime je pjesme hrvatskog glazbenika Petra Graše gdje je vidljiva sintagmatska veza, a isto vrijedi i za prilog *jako* i *svakako*. Ispitanici su uglavnom navodili što vole, zbog čega je raspršenost asocijacije velika. Njihove su najčešće asocijacije leksemi koji označavaju ljude: *dečka*, *Ivu*, *obitelj*, *mama*, *mamu*, *Marko*, *nju*, *prijatelja*, *sebe* i *starce* ili pak hrana: *pizza*, *čokolada*, *hrana*, *kolač*, *sladoled* i *slatko*. Primijetimo da se *majka*, kao simbol nježnosti i ljubavi, javila čak četiri puta. Dva su odgovora infinitivi: *piti* i *jesti* kod kojih prepoznamo sintagmatsku vezu. Ostatak je asocijacija raznovrstan: *FK* (kratica za studentsku udrugu Financijski klub), *Bog*, *djeca*, *Hajduk*, *Hrvatsku*, *more*, *pas*, *plivanje*, *prirodu*, *sloboda*, *sreća*, *sretan*, *smrt*, *svijet*, *sve*, *sunce*, *Zagreb* i *život*. Jedna je od asocijacija i *crvena boja* koja je u simboličnoj vezi s ljubavlju, a *ljubav* je navelo troje ispitanika (*volim – voljeti – ljubav*). Jedan je ispitanik naveo *Valentino*, kršćanski blagdan u čast svetog Valentina, poznat i kao Dan zaljubljenih. *Srce* je simbol ljubavi i jedna od asocijacija. Valja uočiti da se u glavnini asocijacija ne može govoriti o leksičko-semantičkim odnosima, što ne znači da za ispitanike te riječi nemaju značenje. Ono što je ovdje zanimljivije jest usporedba broja asocijacija u zavisnom i kanonskom obliku. Naime, *volim* je jedna od rjeđih riječi pobuđivača u zavisnom obliku i potaknula je mnogo asocijacija u zavisnom obliku te se može zaključiti da ispitanici češće odgovaraju riječju u zavisnom obliku ako je i sama riječ pobuđivač u zavisnom obliku.

Votka. Velik je broj asocijacija na riječ pobuđivač *votka* uvjetovan osobnim stavom ispitanika, odnosno njihovim iskustvom: *fuj* (3), *povraćanje* (2), *bolje ne*, *glavobolja*, *glupost*, *loše*, *muka*, *očaj*, *pijanstvo*, *užas* i *zlo*. Dio je asocijacija uvjetovan i enciklopedijskim znanjem ispitanika: *Rusija*, *Poljska* i *Putin*. Ističu se sintagmatske asocijacije koje uglavnom označavaju drugu vrstu pića s kojom se votka miješa: *red bull* (6), *džus* (4), *juice* (4), *bitter* (2), *martini* (2),

sok (2), *sprite* (2), *naranča sok*, *s juicom*, *sok od naranče*. Međutim, ako se navedene kombinacije shvate kao službene vrste napitaka: *votka martini*, *džus votka*, *votka red bull*, riječ je o meronimijskom odnosu između predmeta i njegove građe. Najučestalije su asocijacije *alkohol* (12) i *piće* (6) koje su hiperonimi leksemu *votka*, kao i asocijacija *pića*. Ispitanici navode i niz drugih alkoholnih pića s kojima je riječ pobuđivač u odnosu kohiponimije: *gin*, *džin*, *i džin*, *viski*, *rakija*, *pivo* i *jeger*. U atributnoj je vezi *votka* s asocijacijom *prozirnost*. *Subota* jest asocijacija koja se može tumačiti vremenom, ali isto vrijedi i za asocijacije koje označavaju događaje tijekom kojih se konzumira votka: *izlazak*, *party* i *zabava*. Asocijacije *boca*, *čaša* i *flaša* mogu se tumačiti mjestom s obzirom na to da se votka nalazi u boci i ulijeva u čašu. Individualne su asocijacije *ne pijem*, *selfi* i *Šulc* (prezime ispitanikova prijatelja).

Vrijeme. Leksem *vrijeme* nije shvaćen jednoznačno. Asocijacije *sunce*, *sunčano*, *DHMZ*, *kiša*, *Mediteran*, *proljeće* i *oblaci* riječi su reakcije na vrijeme u meteorološkom smislu: „stanje atmosfere nad nekim mjestom u nekom trenutku koje je određeno vrijednostima meteoroloških elemenata i vremenskih pojava“ (HJP: s. v. *vrijeme*). *Nevrijeme* je antonim vremenu. No većina je ispitanika vrijeme shvatila u njegovu prvom značenju: „dimenzija univerzuma prema kojoj je uređen nepovratni slijed pojava“ (HJP: s. v. *vrijeme*). Asocijacije *godina*, *minute*, *mjesec* i *sekunda* odsječci su vremena i možemo ih tumačiti kao meronime, točnije, prepoznaje se meronimijski odnos između komada i cjeline. Čak je osamnaestero ispitanika navelo *sat*, koji se također može tumačiti kao meronim, ali i kao „sprava za mjerenje vremena“ (HJP: s. v. *sat*). Šestero ispitanika navodi apstraktnu imenicu *život*. Nekolicina ispitanika naglašava prolaznost vremena, pri čemu se uočava sintagmatska veza: *leti*, *teče*, *ide*, *prolazi* i *je prolazno*. Petero ispitanika navodi *prolaznost* i *ograničenost*. S druge strane, ispitanici navode i potpuno suprotne asocijacije kao što su *beskonačnost*, *vječnost* i *zauvijek*. Sintagmatska je veza prepoznatljiva i kod asocijacije *mjesto* (*mjesto* i *vrijeme*), ali i *sutra* (*vrijeme* *sutra*). Kod asocijacija *novac* i *je novac* uočljiva je frazeološka veza, a riječ je o poslovi. Atributna veza prisutna je kod sljedećih asocijacija: *kratko* (2), *beskrajno*, *brzo*, *kvalitetno*, *ograničeno*, *prekratko*, *slobodno* i *relativno*. Osobni stav izražen je u asocijacijama *malo*, *nema*, *nemam*, *nemam ga*, *očaj*, *panika* i *žurba*, a vjerojatno je posljedica nadolazećih ispitnih rokova. Enciklopedijskom znanju možemo pripisati asocijaciju *Einstein*. Zanimljivo je da je čak dvoje ispitanika navelo *time*, englesku riječ za vrijeme koju možemo smatrati potpunim sinonimom,

ali koji je međujezičan, što potvrđuje veze između mentalnog leksikona materinskog jezika i stranih jezika.⁹ *Bijelo-plava boja* i *kromos* individualne su asocijacije.

Život. Najviše je ispitanika odgovorilo antonimom *smrt*, dok je jedan ispitanik naveo sintagmatsku asocijaciju *i smrt*. Ukupno je desetero ispitanika s riječi pobuđivačem asociiralo *je lijep* ili *lijep*. Asocijacija *je lijep* svakako je sintagmatska, a posrijedi je ili osobni stav ispitanika ili ime nagrađivanog talijanskog filma *La vita è bella* redatelja Roberta Benginija. Asocijacija *lijep* može se tumačiti i atributom, a atributna je veza vidljiva i u sljedećim asocijacijama: *besmislen*, *jedinstven*, *relativno* i *super*. Čak sedmero ispitanika navodi *sreća*, apstraktnu imenicu kakva je i riječ pobuđivač. Dio ispitanika naglašava prolaznost kao svojstvo života i otud asocijacije: *kratak* (4) i *prolazan*, dok četvero ispitanika navodi pridjev *dug*, a sve ih možemo tumačiti atributnom vezom. Sintagmatska je asocijacija *pitanja* (*životna pitanja*) i *traje*, kao i *želim*, pri čemu dobivamo i naziv Zaklade Ana Rukavina (*Želim život*). Troje je ispitanika navelo *put* jer se život nerijetko konceptualizira kao putovanje.¹⁰ Metaforično se značenje prepoznaje i u asocijaciji *prilika*. S obzirom na to da je riječ o apstraktnoj imenici, ispitanici su se u asocijacijama i raspršili te ponudili asocijaciju koja je uvjetovana vlastitim iskustvom i osobnim stavom: *izmišljotina*, *je kazna*, *kazna*, *komplikiranost*, *laž*, *ljepota*, *more*, *užitak*, *sloboda*, *svijetlo*, *sve*, *svemir* i *zabava*. *Beba* i *bitak* u semantičkoj su vezi s riječi pobuđivačem jer *bitak* je filozofski pojam koji označava „ono što omogućuje postojanje svakog bića“ (HJP: s. v. *bitak*). Ako životu pridodamo leksem *san*, dobit ćemo naslov djela španjolskog baroknog dramatičara Calderona de la Barce. Prema kršćanskom vjerovanju Bog je život, tako da asocijaciju Bog možemo tumačiti sintagmom i enciklopedijskim znanjem. Zanimljivo je da je jedna ispitanica kao asocijaciju ponudila međujezični sinonim *life* na engleskom jeziku, pri čemu je došlo do interferencije prvog i drugog jezika. Asocijacija po obliku, jest imenica *životinje* jer semantičke veze ovdje nema. Asocijaciju *isto* uvjetovala je asocijacija na riječ

⁹ U literaturi nema slaganja o tome postoji li jedan ili dva mentalna leksikona bilingvalnih govornika. Model posebnih leksikona zagovara dva leksikona povezana smislom, dok model zajedničkog leksikona zagovara samo jedan leksikon u kome su dva jezika neposredno povezana. U prilog ideji zajedničkog leksikona idu „pokus i kojima semantičko usmjeravanje djeluje na oba jezika, što bi upućivalo na činjenicu da različite riječi dijele istu semantičku reprezentaciju koja može posredovati u leksičkom usmjeravanju između dviju riječi iz različitih jezika“ (Erdeljac 2009: 275). Iako se veze među jezicima nedvojbeno uspostavljaju, govornici mogu odijeliti upotrebu svojih jezika. Erdeljac naglašava da mora postojati neka vrsta preklopnika koji omogućuje promjenu jezičnih sustava (*ibid.*: 276).

¹⁰ Naš je konceptualni sustav metaforične naravi, što se otkriva u jeziku, a bit je metafore „razumijevanje i doživljavanje jedne vrste stvari pomoću druge“ (Lakoff – Johnson 2015: 5).

pobuđivač prije *život*. Naime, ispitanica je na *vrijeme*, riječ pobuđivač prije *život* napisala *leti*, a pored *život* dodala je *isto*. Individualne su asocijacije *dan*, *vrijeme* i *žuta boja*.

5.4.2. Rasprava s obzirom na hipoteze

Većina je asocijacija zajednička, a manji dio čine individualne asocijacije. Usporedi li se omjer zajedničkih i individualnih asocijacija u pojedinom asocijativnom polju, vidljivo je da zajedničke asocijacije bez iznimke prevladavaju, a u nekim slučajevima prevladavaju vrlo uvjerljivo. Najmanje individualnih asocijacija ima na riječi pobuđivače *jabuka* i *daleko*, sa samo 19 individualnih asocijacija i ukupno 30 različitih odgovora, što je najmanja raspršenost asocijacija u cijelom istraživanju. Najraspršenije su asocijacije za riječ pobuđivač *politika* s ukupno 54 različita odgovora jer je riječ o apstraktnoj imenici, a ispitanici su uglavnom izražavali svoj (negativni) stav. Zajedničku asocijaciju *laž* na riječ pobuđivač *istina* imalo je čak 57 ispitanika, što je najveća učestalost riječi reakcije u cijelom istraživanju. Ističe se i asocijacija *blizu* na *daleko* s 50 odgovora, *ružan* za *lijep* s 39 asocijacija i *loš* za *dobar* s 38 asocijacija. Najviše je individualnih asocijacija za riječ pobuđivač *treba*, njih 39, ali opet ne prevladavaju jer je zajedničkih 53, s raspršenošću od 49 različitih odgovora. Visok broj individualnih asocijacija u ovom slučaju može se objasniti činjenicom da je dio ispitanika riječ pobuđivač shvatilo kao glagol, a dio kao imenicu, pa je stoga asocijativno polje šaroliko. Ipak, može se zaključiti da je hipoteza potvrđena.

Asocijacija na pridjev najčešće je njegov antonim. Ispitane su asocijacije na četiri pridjeva: *crn*, *dobar*, *glup* i *lijep*. Prva je asocijacija na pridjev bez iznimke njegov antonim, a navodi ga pozamašan broj ispitanika. Najčešća je asocijacija na *crn* pridjev *bijel* (33), na *dobar* *loš* (38), na *glup* *pametnan* (31) i na *lijep* *ružan* (39). Ispitanici u pojedinim slučajevima jesu navodili sinonime, ali daleko rjeđe nego antonime, što potvrđuje da je antonimija arhetipski leksičko-semantički odnos. Primjerice, sedmero je ispitanika na *lijep* odgovorilo *zgodan*, što je znatno manje od njih 38 koji su odgovorili antonimom. Odgovori *divan* i *sladak* u ovom su slučaju sinonimi, ali navedeni su tek jedanput. Na riječ pobuđivač *glup* navedeno je nešto više sinonima iako je *pametnan* na uvjerljivom prvom mjestu. Asocijacije *budala*, *debil*, *kreten*, *tuka* i *tupan* za *glup* mogu se smatrati kvazisinonimijom jer ne pripadaju istoj vrsti riječi (Dragičević 2007: 249), ali svaka je navedena tek jedanput. Od pridjeva tu su *nedovoljno kapacitiran*, *neuk*, *smiješan*, *lud*, *tup*, *tupan*, *tupav* i *zatucan*, što možemo smatrati sinonimnim odgovorima. Ukupno je 13 sinonimnih asocijacija za riječ pobuđivač *glup*, što je nedvojbeno manje od broja

antonimnih reakcija. Za pridjeve *crn* i *dobar* nije bilo asocijacija u kojima bi bio prepoznatljiv sinoniman ili sinonimičan odnos. Za pridjev *crn* to je i razumljivo iako je njegov antonim kvalitativan, što znači da pretpostavlja postojanje srednjih članova. Uz tek poneku pojavu sinonimije antonimija uvjerljivo prevladava u asocijacijama na pridjeve, pa se može zaključiti da je hipoteza potvrđena. Valja primijetiti da se ovi parovi leksema smatraju pravom antonimijom jer „prave antonimne riječi rijetko su tvorbeno povezane“ (Šarić 1992: 190).

Na konkretne imenice više je zajedničkih asocijacija nego na apstraktne. Jedna je od hipoteza ovog istraživanja i ta da se asocijacije raspršuju ako je riječ pobuđivač apstraktna imenica jer se njihovo značenje oblikuje iskustvom koje se razlikuje od osobe do osobe. Drugim riječima, asocijacije na konkretne imenice manje su raspršene. Usporedba raspršenosti asocijacija na apstraktne i konkretne imenice donosi se u tablici u nastavku. Apstraktne su imenice poredane počevši s imenicom najveće raspršenosti, dok su konkretne navedene počevši s imenicom najmanje raspršenosti.

Apstraktne imenice	politika (54), ljubav (48), vrijeme (48), život (42), <u>istina (35)</u>
Konkretne imenice	jabuka (30), ruka (34), selfi (42), Europa (43), <u>pauk (46)</u> , <u>votka (47)</u> , <u>kava (49)</u>

Tablica 1. Raspršenost reakcija na apstraktne i konkretne imenice

Izvor: Izrada autorice na temelju rezultata istraživanja.

Primjećuje se da su asocijacije na riječi pobuđivače *jabuka* i *ruka* veoma niske raspršenosti, dok su asocijacije za apstraktne imenice *politika*, *ljubav* i *vrijeme* veoma visoke raspršenosti, što potvrđuje hipotezu. Međutim, jednako se tako primjećuje da apstraktna imenica *istina* ima veoma malu raspršenost, dok primjerice konkretne imenice *kava*, *pauk* i *votka* imaju visoku raspršenost. U tim primjerima hipoteza nije potvrđena. Zašto je tomu tako? Pogledaju li se поближе asocijativna polja, primjećuje se da je velik dio asocijacija za imenice *kava*, *pauk* i *votka* uvjetovan osobnim stavom ispitanika koji prema riječima pobuđivačima nisu posve ravnodušni. Kava na našim prostorima ima mnogo veće značenje od pukog pića, što se vidi iz sljedećih asocijacija: *fino* (2), *fina*, *prijatelj*, *prijatelji*, *radost*, *uvijek*, *uzbudljivo*, *užitak*, *uživanje*, *život*. Kad je riječ o votki, broj se individualnih asocijacija naglo povećava uslijed lošeg iskustva koje je dio mladih koji su sudjelovali u ovom istraživanju imalo s ovom vrstom pića, što je vidljivo

iz sljedećih asocijacija: *fuj* (3), *povraćanje* (2), *bolje ne*, *glavobolja*, *glupost*, *loše*, *muka*, *očaj*, *pijanka*, *pijanstvo*, *užas*, *zlo*. Isto vrijedi i za pauka s kojim se prosječan govornik hrvatskog jezika redovito susreće, ali to iskustvo ne mora nužno biti ugodno: *bljak*, *fuj*, *gadan*, *gađenje*, *govno*, *jeza*, *slatko*, *strašno*, *ubij ga*, *vrisak*. Riječ pobuđivač *istina* jest apstraktna imenica, ali ima svoj komplementarni antonim *laž* koji je čak 57 ispitanika navelo kao asocijaciju, zbog čega ta imenica ima veoma malu raspršenost. Može se zaključiti da će apstraktne imenice koje nemaju antonim imati širu raspršenost asocijacija. Iako apstraktne imenice *ljubav* i *život* također imaju antonime, lekseme *mržnja* i *smrt*, ispitanici su skloniji imati subjektivne asocijacije na njih jer će za svakog od njih ljubav i život značiti nešto drugo, za razliku od istine koja je sama po sebi objektivnija. Zaključno, hipoteza nije potvrđena jer u obzir valja uzeti mnoge druge čimbenike kao što je činjenica ima li apstraktna imenica antonim ili primjerice koliko se često ispitanici susreću s pojedinom konkretnom imenicom.

Na izbor asocijacije utječe značenje riječi pobuđivača, a ne njezin oblik. Promatrajući odnos riječi pobuđivača i riječi reakcija, može se zaključiti da ispitanici rijetko asociiraju značenjski nepovezane riječi. Redovito postoji značenjska veza između pobuđivača i reakcije. Jedina su iznimka asocijacije *CNV* i *crv* na riječ pobuđivač *crn*. Ispitanici su je u ovom slučaju shvatili kao akronim ili slijed slova C-R-N, što je rezultiralo asocijacijom *crv*. Asocijacija *životinje* na riječ pobuđivač *život* također je uvjetovana oblikom, a ne značenjem. Kao što vidimo, asocijacije po obliku mogu se nabrojati na prste jedne ruke, pa se može zaključiti da je hipoteza potvrđena i da ispitanici asociiraju značenjski povezane riječi.

Izvanjezična stvarnost i znanje o svijetu utječu na asocijacije. Jedna je od hipoteza u istraživanju da će dio asocijacija biti rezultat ispitanikova znanja o svijetu te da se neće nužno moći prepoznati određeni leksičko-semantički odnos između riječi pobuđivača i reakcije. Asocijacije ispitanika dolazile su iz različitih područja ljudske djelatnosti kao što su film (*Glup i gluplji*, *Spiderman*, *Život je lijep*, *Dobar, loš, zao*), televizija (*Pat i Mat*, *Ljubav je na selu*, *Crni Jack*), književnost (*Ranko Marinković*, *veritaserum*, *Život je san*, *Crni mačak*, *Biblija*, *Snjeguljica*) i glazba (*Rundek*, *Volim i postojim*, *Ljubav i zloba*, *Daleka obala*, *Ivan Zak*). Znanju o svijetu pripadaju i imena znanstvenika (*Newton*, *Einstein*) i političara (*Račan*, *Plenković*, *Lovrinović*, *Karamarko*, *Trump*, *Sanader*, *Merkel*, *Šeks*, *Putin*), kao i toponimi (*Južna Amerika*, *Brazil*, *Bosna*, *Rusija*, *Afrika*, *Azija*, *Kina*, *SAD*, *Zagreb*). Zaključuje se da izvanjezična stvarnost i znanje o svijetu utječu na asocijacije, ali njihov utjecaj nije presudan i može se prepoznati u manjem broju asocijacija.

5.4.3. Usporedba: *Asocijativni rečnik srpskoga jezika*

Dragičević ističe da je usporedba rezultata dvaju istraživanja asocijacija važno svojstvo asocijativnih ispitivanja. Nerijetko se test asocijacija djelomično ili u potpunosti zasniva na jednom od prethodnih istraživanja bilo da se radi o istom bilo o nekom drugom jeziku. Usporedba je važna jer „sličnosti ili razlike svjedoče ili opovrgavaju univerzalnost ljudskog mentalnog leksikona“ (Dragičević 2007: 109). U nastavku su ispisane riječi pobuđivači i dijelovi asocijativnih polja preuzeti iz *Asocijativnog rečnika srpskoga jezika*. Ispisane su samo zajedničke asocijacije, i to one čija je frekvencija veća od 10. Ostale asocijacije nisu uzete u obzir. U prvom su stupcu navedene riječi pobuđivači, a u drugom riječi reakcije. Navedene su kao i u *Rečniku*, redosljedom opadajuće učestalosti i abecedno. Podebljane su reakcije one koje se pojavljuju kao odgovori i u ovom istraživanju, a dio je njih podcrtan, što ukazuje na to da je riječ o zajedničkoj asocijaciji. Drugim riječima, asocijacije koje su podebljane, a nisu podcrtane u ovom su istraživanju individualne asocijacije. Iako između hrvatskog i srpskog jezika postoji nemali broj pravopisnih, leksičkih, derivacijskih i drugih razlika koje su vidljive i u ovoj tablici, označeni su svi srpski ekvivalenti hrvatskih riječi, odnosno, riječ *beo* i *bijel* ili pak *ugalj* i *ugljen* tretiraju se i označeni su kao ista asocijacija. U trećem stupcu navedeno je koliko je poklapanje između hrvatskih i srpskih asocijativnih polja, a donosi se i postotak poklapanja. Ta je usporedba moguća jer je riječ o ispitanicima iste dobne skupine (18–25 godina) te je istraživanje provedeno na isti način i ne postoje bitnije razlike u metodologiji. Razlika je u vremenu provođenja istraživanja jer je istraživanje za *Rečnik* provedeno još 2002. godine i bila je riječ o daleko opsežnijem istraživanju s čak 800 ispitanika na temelju kojeg je sastavljen i sam rječnik.

Riječ pobuđivač	Riječi reakcije	Rezultati
Crn	beo 133; crnac 39; ugalj 34; čovjek , mrak 29; hleb 22; oblak 17, gavran, taman 16; garav 15; noć , zemlja 14; kafa 13; mračan 12; čokolada 11	7/15; 47 %
Daleko	blizu 208; tamo 43; sunce 22; more 21; tuga 19; Australija 16; od očiju 13, kuća 12, Amerika 11	3/9; 33 %
Dobar	loš 229; čovjek 149; đak 31; drug 30; fin 24; prijatelj 18; zao 17; bolji 16; dan 15; učenik 13; pošten, student 10	5/12; 42 %

Evropa	kontinent 116; svet 62; unija 41; Azija 22; daleko, zajednica 17; putovanje 16; karta, budućnost 15; EU 14; zapad 13; kultura 12, evro 11, mi 10	7/14; 50 %
Glup	pametn 121; čov ek 85; ograničen, tupav 18; jadan 14; neobrazovan 13; tup 12; budala , dosadan, prost 11; ružan 10	5/11; 45 %
Istina	laž 291; pravda 47; boli 21; iskrenost 19; Bog, poverenje 11	4/6; 67 %
Jabuka	voće 115; zdravlje 77; kruška 57; crv 55; crvena 48; zelena 47; crveno 26; drvo, sok 15; zeleno 13; slatko 11; Adam i Eva, kiselo 10	7/13; 54 %
Kafa	jutro 86; crna 56; grand 39; šolja 38; buđenje 34; crno 31; miris 30; gorko 21; zrno 20; uživanje 19; čaj 16; Brazil 15; piće , turska 13; napitak 12; odmor, šećer 11; Nes, šoljica 10	12/19; 63 %
Lep	ružan 139; čovek 52; dečko 44; cvet , momak 23; divan 18; život 17; dan , mladić 16; ja 10	6/10; 60 %
Ljubav	sreća 88; srce 60; mržnja 29; lepo 19; lepota 18; dvoje 16; devojka , osećanje 14, život 12; porodica , seks 11; dečko 10	11/12; 92 %
Politika	novine 60; dosada 37; skupština 33; Đinđić, glupost , laž 26; izbori 25; država 23; svađa , TV 17; vlast 16; televizija, užas 12; Šešelj 10	6/14; 43 %
Ruka	noga 73; prijateljstvo, prst 44; prsti 38; prsten 37; pomoć 30; telo 24; prijatelj 22; ruci 21; pisanje, spas 15; dlan , šaka 12; nokti 11; pozdrav, spasa 10	9/16; 56 %
Treba	uraditi 72; mora 44; raditi , učiti 38; ne treba 31; potreba 23; znati 21; da 17; morati 15; novac 14; imati, kupiti, obaveza 13; voljeti 12; mi 10	6/15; 40 %
Uvek	stalno 114; zauvek 108; nikad 94; sad 35; isto 22; ljubav 21; i sad 15; ponekad 14; večnost 10	5/9; 55 %
Votka	piće 129; Rusija 125; alkohol 62; đus 32; limun, žurka 23; Rusi 19; pijanstvo 15; rakija 13	7/9; 78 %
Vreme	sat 140; prolaznost 32; kiša 29; smrti 28; novac 27; lepo, Sunce 19; prolazi 14; prognoza, život 12; sunčano 11; izgubljeno, kratko , mesto, sad 10	9/15; 60 %
Život	smrt 135; sreća 57; radost 32; lep 30; lepota 26; ljubav 24; borba 19; beba 13, čovek, dug , rođenje, Sunce 11; sloboda 10	7/13; 54 %

Tablica 2. Rezultati istraživanja provedenog u Srbiji 2002. godine

Izvor: Izrada autorice prema podacima u Predrag Piper – Rajna Dragičević – Marija Stefanović. 2005.
Asocijativni rečnik srpskoga jezika. Beograd: Beogradska knjiga.

Iz tablice je na temelju podebljanih riječi očito da se odgovori poklapaju u visokoj mjeri. Od 212 reakcija srpskih ispitanika u tablici njih je 116 podebljano, što znači da se više od polovice reakcija poklapa i to nikako nije zanemariv broj. Postoji velik stupanj podudarnosti u asocijacijama Srba i Hrvata. Ne samo da Hrvati navode iste asocijacije, već se u većini slučajeva i redosljed frekvencija poklapa. Primjerice *sreća*, *srce* i *mržnja* tri su najčešće asocijacije na riječ pobuđivač *ljubav* i za Hrvate i za Srbe. Štoviše, asocijativna polja za riječi pobuđivače *ljubav* i *votka* gotovo su identična jer poklapa se 11 od 12 reakcija za *ljubav* i sedam od devet za riječ pobuđivač *votka*. Srbima je također najčešća asocijacija na pridjev njegov antonim (*crn* – *beo*, *dobar* – *loš*, *glup* – *pametan*, *lep* – *ružan*). Slična su i asocijativna polja za riječi pobuđivače *kava* i *vrijeme*. Od 19 reakcija za riječ pobuđivač *kafa* Hrvati navode njih 12, a od 15 za *vreme* Hrvati navode njih 9. Najraspršenije asocijativno polje ono je za riječ pobuđivač *politika*, što je slučaj i u ovom istraživanju, stoga se asocijacije poklapaju u manjem broju, ali ipak ne zanemarivom. Hrvati su navodili hrvatske političare, a Srbi srpske i otud razlike, ali negativan stav prema politici dijele mladi u objema državama. Izražavanje osobnog stava jedan je od razloga za raspršenije i neujednačenije reakcije. Razlike postoje i u asocijacijama na riječi pobuđivače *treba* i *Europa*, odnosno očita je manja podudarnost u asocijativnim poljima. Razlika se može objasniti činjenicom da su hrvatski ispitanici riječ pobuđivač shvatili kao imenicu, što u srpskom istraživanju nije bio slučaj. Da je ovo istraživanje provedeno prije 15 godina, vjerojatno bi rezultati bili sličniji srpskima, što samo svjedoči o tome da je jezik živ organizam koji se razvija i mijenja te čiji leksemi dobivaju i gube pojedina značenja. Što se tiče riječi *Europa*, manji stupanj ujednačenosti asocijacija možemo tumačiti prvenstveno različitim društveno-političkim kontekstom u Hrvatskoj i Srbiji, ali i činjenici da istraživanja nisu provedena u isto vrijeme, već postoji značajan vremenski odmak između dvaju istraživanja. Najveća je razlika u asocijacijama vidljiva u asocijativnom polju za riječ pobuđivač *daleko* koja, doduše, ima zajedničku najfrekventniju asocijaciju (*blizu*), ali poklapaju se tek tri asocijacije od njih devet. Kao i u ovom istraživanju, raspršenost možemo tumačiti apstraktnošću priloga *daleko*. Može se zaključiti da su se asocijacije očekivano poklopile u većoj mjeri, zbog čega možemo pretpostaviti da se povećanjem broja ispitanika u ovom istraživanju asocijativno polje ne bi drastično izmijenilo jer bi centar polja, odnosno one najfrekventnije asocijacije ostale iste, samo s većim brojem odgovora. Periferija bi se povećala jer bi se povećao i broj

individualnih asocijacija. Usporedba potvrđuje predvidljivost asocijacija i visoku sličnost u asocijacijama srpskih i hrvatskih ispitanika.

6. Zaključak

Možemo zaključiti da su hipoteze u ovom istraživanju potvrđene, što ukazuje na to da se mentalni leksikon temelji na značenjskim vezama i leksičko-semantičkim odnosima. Usprkos tome što je asocijativna metoda pomoćna metoda istraživanja metalnog leksikona i što valja biti svjestan njezinih nedostataka, njome se doista može, na veoma jednostavan način, dobiti uvid u mentalni leksikon i principe njegova funkcioniranja. Glavni su zaključci ovog istraživanja da su antonimne asocijacije češće od sinonimnih, što potvrđuje da je antonimija arhetipski leksičko-semantički odnos. Također, pokazalo se da su hiponimija i meronimija, iako često zapostavljene, veoma važni leksičko-semantički odnosi u organizaciji leksikona jer je u velikom broju riječi reakcija bio prepoznat hiponimijski ili meronimijski odnos s riječi pobuđivačem. Kod apstraktnih su se pojmova asocijacije očekivano raspršile, ali na to utječu i drugi čimbenici; primjerice činjenica ima li apstraktna riječ pobuđivač antonim. Nadalje, ispitanici su u većini slučajeva odgovarali kanonskim oblicima leksema, dok su zavisni oblici asocijacija češći ako je sama riječ pobuđivač u zavisnom obliku.

Međutim, valja biti svjestan i ograničenja samog provedenog istraživanja opisanog u ovome diplomskom radu. Anketu je ispunilo tek 100 ispitanika i ne valja donositi suviše općenite zaključke. Svakako bi bilo zanimljivo u istraživanje uključiti i druge dobne skupine i skupiti još reprezentativniji uzorak govornika hrvatskog jezika te vidjeti hoće li se i kako asocijacije razlikovati. Ujedno bi valjalo povećati broj i vrstu riječi pobuđivača. Na temelju takvog većeg istraživanja mogao bi se sastaviti asocijativni rječnik hrvatskog jezika. Također, zanimljivo bi bilo sastaviti i obratni asocijativni rječnik jer su se i u istraživanju manjem od ovoga neke riječi pojavile kao reakcija na više riječi pobuđivača. Zaključno, asocijacije su veoma zahvalan materijal u semantičkim istraživanjima čiji potencijal u kroatistici još nije dovoljno prepoznat.

7. Literatura

- Aitchison, Jean. 1997. *Words in the Mind: An Introduction to the Mental Lexicon*. Oxford: Blackwell.
- Aitchison, Jean. 2007. *The Articulate Mammal: an introduction to psycholinguistics*. London, New York: Routledge.
- Asghari Nekah, Seyyed Mohsen – Elahm Akhlaghi – Shima Ebrahimi. 2013. An Assessment of Lexical Sense Relations Based on Word Association Test. *European Scientific Journal*, 9(11): 383–399.
- Badurina, Lada – Ivan Marković – Krešimir Mićanović. 2008. *Hrvatski pravopis*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Brenko, Aida. 2009. Simbolika boja, u: *Moć boja*: 15–93. Zagreb: Etnografski muzej,
- Cruse, D. A. 2001. *Lexical Semantics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dragičević, Rajna. 2007. *Leksikologija srpskog jezika*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Garman, Michael. 1990. *Psycholinguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HJP = *Hrvatski jezični portal*, <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=main>
- Erdeljac, Vlasta. 2009. *Mentalni leksikon: modeli i činjenice*. Zagreb: Ibis grafika.
- Kent, Grace Helen – Aaron Joshua Rosanoff. 1910. A Study of Association in Insanity. *American Journal of Insanity*, 1–2: 37–96.
- Lakoff, George – Mark Johnson. 2005. *Metafore koje život znače*. Prev. Anera Ryznar. Zagreb: Disput.
- Lyons, John. 1977. *Semantics I*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Moguš, Milan – Maja Bratanić – Marko Tadić. 1999. *Hrvatski čestotni rječnik*. Zagreb: Školska knjiga.
- Norms of Word Association*. 1970. Prir. Leo Joseph Postman – Geoffrey Keppel. New York: Academic Press.
- Piper, Predrag – Rajna Dragičević – Marija Stefanović. 2005. *Asocijativni rečnik srpskoga jezika*. Beograd: Beogradska knjiga.

- Rahimi, Ali. 2009. How learners make mental links with words. *California Linguistic Notes* 2: 1–22.
- Petrović, Bernardina. 2005. *Sinonimija i sinonimičnost u hrvatskome jeziku*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Samardžija, Marko. 1995. *Leksikologija s poviješću hrvatskoga jezika*. Zagreb: Školska knjiga.
- Šarić, Ljiljana. 1992. Antonimija: Neke značenjske i tvorbene odrednice. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 18(1): 177–191. Dostupno na: <<http://hrcak.srce.hr/69362>>
- Šarić, Ljiljana. 2007. *Antonimija u hrvatskome jeziku: Semantički, tvorbeni i sintaktički opis*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Šarić, Ljiljana – Wiebke Wittschen. 2010. *Rječnik sinonima hrvatskoga jezika*. Zagreb: Jesenski i Turk,
- Tafra, Branka. 2007. Rajna Dragičević: Leksikologija srpskog jezika. *Suvremena lingvistika* 64(2): 232–240. Preuzeto s <<http://hrcak.srce.hr/19506>>
- Trask, Robert Lawrence. 2005. *Temeljni lingvistički pojmovi*. Prev. Benedikt Perak. Zagreb: Školska knjiga.
- Winston, Morton E. – Roger Chaffin – Douglas Herrman. 1987. A Taxonomy of Part-Whole Relations. *Cognitive Science* 11: 517–444.

8. Prilozi

Molimo Vas da na navedene riječi odgovorite jednom riječju ili najviše dvjema riječima koje Vam prve padnu na pamet. Za ispunjavanje ankete predviđene su **dvije minute** (oko šest sekundi za svaku navedenu riječ).

CRN _____

DALEKO _____

DOBAR _____

EUROPA _____

GLUP _____

ISTINA _____

JABUKA _____

KAVA _____

LJEP _____

LJUBAV _____

PAUK _____

POLITIKA _____

RUKA _____

SEFI _____

TREBA _____

UVIJEK _____

VOLIM _____

VOTKA _____

VRIJEME _____

ŽIVOT _____

Podaci o ispitaniku/ci:

SPOL: M/Ž

DOB:

STUPANJ OBRAZOVANJA:

ŽUPANIJA:

DATUM:

Primjena asocijativne metode u proučavanju leksičkog značenja

Sažetak

Asocijativna metoda jedna je od psiholingvističkih metoda kojima se proučava mentalni leksikon koji označava ukupnost podataka o riječima kojima se služimo. Cilj je ovog istraživanja ispitati verbalne asocijacije govornika hrvatskog jezika i utvrditi leksičko-semantičke odnose između riječi pobuđivača i riječi reakcija. Utvrđivanjem veza između riječi dobiva se uvid u strukturu mentalnog leksikona i otkrivaju su njegovi osnovni principi. Test asocijacija sastoji se od 20 riječi pobuđivača na koje ispitanici odgovaraju prvom riječju koja im padne na pamet. Vrijeme rješavanja upitnika ograničeno je. Uzorak broji 100 ispitanika iz različitih dijelova Republike Hrvatske koji pripadaju dobnoj skupini između 18 i 25 godina. Preliminarni rezultati pokazuju velik broj zajedničkih asocijacija, dok individualne asocijacije čine manji broj. Paradigmatski odnosi između riječi pobuđivača i riječi reakcije pritom su češći od sintagmatskih. Cilj je ujedno skrenuti pozornost na manjak sličnih istraživanja u Hrvatskoj i istaknuti koristi koje bi jezikoslovna kroatistika imala od asocijativnog rječnika.

Ključne riječi

asocijativna metoda, mentalni leksikon, sintagmatski odnosi, paradigmatski odnosi

The use of word association test in the study of lexical meaning

Abstract

The word association test is one of the psycholinguistic methods used to study the mental lexicon, a notion which refers to the storage of words in the speaker's mind. The aim of this research is to study verbal associations of Croatian language speakers and determine lexical relations between the stimulus word and the reaction word. By determining relations between the words, we gain insight into the structure of the mental lexicon and we discover its underlying principles. The word association test consists of 20 stimulus words to which the subjects have to respond with the first word that comes into their minds. The time is limited. The sample for this research includes 100 subjects from different parts of Croatia between the ages of 18 and 25. The research showed that the vast majority of associations are common, while individual associations occur less often. The most common determined type of relation between the stimulus word and the reaction word is a paradigmatic one. The aim of the research

is also to draw attention to the lack of similar studies in Croatia and point out the advantages of having an associative dictionary of the Croatian language.

Key words

word association test, mental lexicon, syntagmatic relations, paradigmatic relations