

### Summary

The process of the linguistic code commutation in microtoponymic discourse of the central and eastern districts of L'viv Region is analysed. The emphasis is made on the dependence of this phenomenon on an extralinguistic context.

**Keywords:** microtoponym, linguistic code.

УДК 81'373.423

Ткаченко Г.В.,  
аспірант,

Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова

## АСОЦІАТИВНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ ЯК ЗАСІБ ПІЗНАННЯ ОНІМІВ В КОГНІТИВНІЙ ОНОМАСТИЦІ

У психолінгвістичних дослідженнях сьогодні накопичилось багато методів і методик. Однак одним із провідних і найбільш використовуємих є метод асоціативного експерименту (В.В. Левицький, О.О. Леонтьєв, О.О. Селіванова). Він входить у групу психологічних і психолінгвістичних методик дослідження мовленнєвої поведінки людини.

Останнім часом питання вивчення ментального лексикону, його структури та засобів організації та репрезентації знань носія мови, посідає перше місце в когнітивній ономастиці. Якщо когнітивна лінгвістика вивчає когніцію – пізнання, збереження, існування та функціонування мови в людській свідомості, у ментальному лексиконі, то когнітивна ономастика з'ясовує буття в ментальному лексиконі власних назв. Ономастика взагалі є дуже специфічною складовою мовознавства, а отже і когнітивна ономастика. Вона вивчає багато своєрідності в межах когнітивної лінгвістики завдяки таким прикметам онімів, як:

- 1) їх кількість (власних назв у кожній мові дуже багато, більше, ніж загальних);
- 2) їх однореферентність (кожна власна назва має тільки одного носія);
- 3) відсутність у них семантичного дна (власна назва не може виражати поняття).

Слід зазначити, що структурна або системна організація знань в ментальному лексиконі чітко виявляється в асоціативному експерименті, тобто в експериментах на спонтанне словоутворення у мовленнєвій діяльності індивіда. Отже, дуже вагомим постає питання: як існують оніми в ментальному лексиконі індивіда? Усі власні назви об'єднуються в своєрідні ментальні форми або структури. Ці структури розуміють як *концепти*. Або форми збереження інформації в ментальному лексиконі. *Концепт* – це когнітивна одиниця, вона не може існувати за межами мислення. Концепти поєднують вербальні і невербальні складники. У межах ментального лексикону концепти існують в активній і пасивній формах. Активними є концепти протягом їх використання в процесі мислення чи комунікації, пасивними – ті, що в даний момент не використовуються і перебувають у сховищах пам'яті. Пасивний концепт стає символом концепту, що значно збільшує місткість ментального лексикону.

Особливості буття в ментальному лексиконі онімічних концептів зумовлюються передусім їх “заголовочною” сутністю. Роль онімів у ментальному лексиконі можна уподібнити до ролі дієслова в реченні, де актанти “висять” на дієслові, як плоди на дереві. Усе, що має власні назви, проникає у мову мозку, у пам'ять передусім через ці назви – аналогія до ролі дієслова в реченні тут видається далекосяжною. Як у обробці (при сприйнятті), так і в переробці (при підготовці висловлення) інформації мозком людини оніми, таким чином, відіграють видатну роль.

Слід приділити увагу формам існування, буття концептів у голові людини. Уся інформація, зокрема онімічна, що надходить до ментального лексикону або народжується в ньому, передусім концептуалізується й категоризується. Концептуалізація є класифікацією, здійснюваною при когнітивному засвоєнні реальної дійсності, при пізнавальному процесі. Категоризація – це теж когнітивна класифікація, але інший її вид. Якщо концептуалізація скерована на виявлення окремішності явища, його інваріантності, що дозволяє визнати його окремим концептом, то категоризація об'єднує пізнавані явища, розподіляє їх серед існуючих у ментальному лексиконі концептів, знаходить і групує споріднені концепти.

Якщо для об'єднання онімів у мові та мовленні достатньо концепції системи або поля, то в ментальному лексиконі такими об'єднувачами стають фрейми. Термін **фрейм** є дуже вагомим для когнітивної ономастики, адже займається питанням репрезентації знань в ментальній лексиконі індивіда. Він також має багато різнотлумачень, але для ономастичних потреб найпридатнішою видається теорія Чарльза Філлмора, який розуміє фрейми як поняттєві основи, поняттєві структури. Онімічні фрейми включають наступну конструкцію знань:

1) чітке усвідомлення, що кожна власна назва має тільки одного носія (тотожні власні назви з різними денотатами у мовленні є омонімами, а в ментальному лексиконі – різними концептами);

2) знання про те, які речі та істоти можуть або обов'язково мають у даній мові одержувати власні назви;

3) розуміння того, що різні розряди речей та істот набувають свої власні назви дуже різними шляхами номінації, у різних умовах, іноді ритуально чи традиційно дуже ускладнених, а самі ці власні назви залежно від розряду денотатів мають, поряд із спільними ознаками, чимало специфічних закономірностей, різняться також своєю структурою, поширеністю і своїми функціями.

На цій основі можемо виділити в межах мови відповідно до розряду денотатів (О.В. Суперанська), що номінуються:

- антропонімічний фрейм – об'єднує іменування людей;
- топонімічний фрейм – об'єднує сукупність власних географічних назв;
- теонімічний фрейм – об'єднує власні назви богів, божеств, демонів;
- ергономічний фрейм – об'єднує власні назви різних виробничих суспільних, ідеологічних, конфесійних об'єднань людей;
- зоонімічний фрейм – об'єднує клички тварин;

- космонімічний фрейм – об'єднує власні назви об'єктів та частин їх поверхні;
- хрононімічний фрейм – об'єднує власні назви подій, часових відрізків;
- хрематонімічний фрейм – об'єднує власні назви матеріальних предметів, що, на відміну від географічних об'єктів, не є елементами земної поверхні і можуть змінювати своє місцезнаходження;
- ідеонімічний фрейм – об'єднує власні назви духовних предметів, творів письменників та інших митців.

У зв'язку з розвитком нових лінгвістичних дисциплін методика асоціативного психолінгвістичного експерименту активно використовується “з метою конструювання мережі асоціацій у свідомості індивіда й етносвідомості” [9, 110]. Зміст даного експерименту полягає в тому, що піддослідному пропонують певне слово – стимул, на яке необхідно дати негайну відповідь іншим словом. Тобто реципієнту “дається слово-стимул і пропонується реагувати на нього першим словом або словосполученням, яке спало на думку” [2, 65]. Для досягнення певної вірогідності вважається об'єктивним відбір 100 слів-стимулів і опитування 100 реципієнтів. Метод вільного асоціативного психолінгвістичного експерименту дозволяє “здійснити достатньо сувору кількісну оцінку якостей, які діагностуються” [6, 47].

У мовленнєвому мисленні індивід оперує не словами, а асоціативними полями, із них він обирає необхідне слово для вираження власних думок та ідей. Саме ця позиція і є базовим фактом у нашому дослідженні, так як “найпривітнішою спільною рисою асоціативних полів для стимулів-онімів є насиченість цих полів власними назвами” [5, 47]. У когнітивній ономастиці методика вільного асоціативного психолінгвістичного експерименту “дійсно дозволяє пізнати індивідуальні, ідіолектні фрейми, у том числі й онімні <...>” [4, 236]. Іншими словами, асоціативний експеримент допомагає зрозуміти, з чого складається і як побудована мовленнєва здатність людини, яка вміє роздумувати, висловлюватися і розуміти. Вважається, що дана методика є найбільш використовуємою у вивченні елементів мовленнєвої свідомості. Метод асоціативного тестування відображає когнітивні структури в ментальному лексиконі носія мови і дає можливість вивчити, як оточуюче середовище впливає на світогляд і світосприйняття індивіда.

**Актуальність** дослідження полягає в потребі доповнення вже існуючих теоретичних побудов, які належать до вивчення способів репрезентації знань у ментальному лексиконі носіїв мови. У зв'язку з тим, що асоціативне дослідження власних назв тільки починається (О.Ю. Карпенко), вважається важливим виявити функції та структуру проведення вільного асоціативного психолінгвістичного експерименту.

**Мета** нашого дослідження полягає у визначенні розкриття значення власної назви через асоціацію та виявлення і визначення способів організації власних назв у ментальному лексиконі індивіда.

Асоціативний експеримент – проєктивний метод, призначений для дослідження внутрішнього ментального світу людини. Це дослідження відбувається з допомогою “статистично оброблених результатів масового експерименту на вільні

вербальні асоціації” [8, 77]. Він був розроблений К.Г. Юнгом і одночасно запроваджений Д. Кляйном і М. Вентнеймером [1, 42]. Даний аналіз базується на виявленні змісту та форми реакції піддослідного, який виявляє реакцію на слово-стимул. У нашому випадку стимулом є слово-онім – власна назва предмета матеріальної культури, створеного або здобутого руками людини, який існує в єдиному роді та вигляді.

У цілому, вільний асоціативний психолінгвістичний експеримент у когнітивній ономастиці проводять з метою виявлення асоціативних полів власних назв. Об'єктом даного експерименту є мова і культура носіїв мови. Таким чином, ми отримуємо можливість дослідити ментальний лексикон носіїв англійської мови. Важливо підкреслити, що більш поглиблене вивчення асоціацій дає можливість розглянути питання, пов'язані з засобами “зберігання знань, процесів породження й розуміння мовлення, організації внутрішнього лексикону й пам'яті людини” [9, 235]. Поняття і термін “асоціації” був введений у психолінгвістичну науку Дж. Локком, як позначення неусвідомлених і безконтрольних думок. Дослідженням асоціацій почали займатися ще за часів Платона і Аристотеля. Їхніми послідовниками у цій галузі стали Р. Декарт, Б. Спіноза, Т. Гоббс. До експериментального етапу вивчення цього питання привели учення А. Бена і Г. Спенсера. Практичну значимість ідей цих науковців для лінгвістики В. фон Гумбольд і Ф. де Соссюр [9, 236].

У психології термін “асоціації” розуміють як “зв'язок між психічними явищами, утворених за певних обставин, при якому актуалізація одного з них спричиняє появу іншого” [1, 43]. Тобто це – неусвідомлений зв'язок певних думок або ідей, які базуються на особистому досвіді індивіда. Найчастіше асоціації доволі типові, однак, при збільшенні часу на роздуми, існує можливість отримати більш універсальну реакцію. З розвитком психолінгвістики дослідження асоціацій призводить до вивчення внутрішнього світу людини. У лінгвістиці ж “внутрішній світ мовців – то вже світ концептів” [4, 252]. Отже, за ланцюгом **слово-асоціація**, ми можемо спробувати визначити когнітивну організацію власних назв у ментальному лексиконі індивіда, виходячи з факту, що асоціація – розумовий процес, який відбувається у його свідомості. Важливо підкреслити, що реакція, отримана на певний стимул, не випадкова і походить із життєвого досвіду.

Асоціації зазвичай розподіляються на синтагматичні та парадигматичні (В.В. Левицький, Л.О. Калмикова). Однак, враховуючи факт, що з ХХ ст. основним принципом класифікації став психолінгвістичний, необхідно підкреслити, що “диференціація асоціацій залежить насамперед від орієнтації на тип зв'язку чи реакції, рівневого статусу останньої, стратегії тощо” [9, 237]. Наприклад, за типом зв'язку виокремлюють фонетичні, слово утворюючі, парадигматичні, тематичні, цитатні та синтагматичні асоціації [9, 237]. Або, виходячи з принципу формальних відношень, Н. Уфимцева розрізняє синтагматичні, парадигматичні, тематичні, дериваційні та фонетичні типи реакцій [9, 237]. Л.О. Калмикова же виділяє родово-видові асоціації, вихідні з принципу фонетичної схожості, штамповані (“кліше”) [3, 91]. У цілому, незважаючи на величезну кількість класифікацій асоціації,

вважається важливим продовжити вивчення проблеми. О. О. Селіванова запропонувала, що необхідно розробити низку параметрів класифікацій, так як одна асоціація може мати декілька ознак [9, 237].

Для ономастичної науки більш прийнятною класифікацією асоціацій стала класифікація А.А. Черноброва, автора "Асоціативного словника англійських власних назв" (1995). Дослідник ділить усі асоціації на: 1) реалії-персоналії (передбачає пошук денотата серед відомих історичних осіб), такі реакції становлять зазвичай більшість, і це не дивно, а тільки підтверджує, що реципієнт відтворює ту асоціацію, з якою він уже зіткнувся, виходячи з власного досвіду; 2) інші реалії та асоціації (передбачає також пошук денотата, тільки вже не серед людей), тут переважають ономастичні реалії, тільки вже інших видів: назви фільмів, книг, пісень, товарів тощо; 3) фразеологічні звороти, сленг, згорнуті тексти, такий результат займає мало місця серед асоціацій, порівняно з першими двома групами (це говорить про те, що фразеологічні звороти, сленг тощо посідають мало місця в ментальному лексиконі носіїв мови); 4) оціночна характеристика назв, дані реакції найменш очікувані, їх можна розділити на: оціночно-емоційні, функціонально-стилістичні, які вказують на соціальне становище, на історичний колорит і т.д. [10].

Вважається, що існує три типи асоціативних експериментів: вільний, спрямований і ланцюговий (Л.О. Калмикова, О.О. Селіванова). Однак О.О. Леонтьєв у самостійні методики виділяє тільки перші два, а третій вважає різновидом першого. У вільному експерименті дослідник ніяк не обмежує інформанта, у другому – реакції піддослідних обмежують і спрямовують на якесь певне завдання (тобто реципієнтам пропонують дати певну синтагматичну чи парадигматичну типи реакцій). І, нарешті, ланцюговий асоціативний експеримент передбачає "кілька асоціативних реакцій на стимули і певний проміжок часу" [9, 239]. Отже, виходячи з типів асоціативного експерименту, для дослідження онімів у ментальному лексиконі носіїв мови більш за все підходить метод вільного асоціативного психолінгвістичного експерименту.

Важливим моментом у методиці проведення аналізу онімів є умови – безпосередньо результати експерименту залежать від багатьох показників: вік, стать, освіта, географічні умови, культурно-історичні традиції народу тощо. В.В. Левицький виділяє наступні: 1) відбір слів, запропонованих у якості стимулів – у такому випадку підбір слів залежить від цілей експерименту; 2) склад піддослідних – кількість реципієнтів повинні бути не менш 30, різної статі, віку, професії тощо; 3) інструкція – перед початком проведення експерименту важливу роль відіграє так звана "пояснювальна записка", тобто інструкція; 4) матеріал і форма його подавання – усна чи письмова [9, 239; 7, 99–100].

Існують і багато інших умов, які необхідно враховувати перед проведенням вільного асоціативного психолінгвістичного експерименту. Більшість із них залежать від завдань, поставлених дослідником, і від цілей, яких він бажає досягти.

Відомий британський психолог D.G. Myers виробив ще декілька не менш цінних правил для адекватного проведення асоціативного експерименту. Більшість із

них мають організаційний характер. У першу чергу, перед початком проведення тесту, необхідно отримати добровільну згоду передбачених реципієнтів на участь у експерименті. Для цього необхідно раніше проінформувати учасників тестування стосовно характеру експерименту. Далі, важливо захистити їх від дискомфорту і повідомити про те, що даний процес не завдасть їм ніякої шкоди. У ході самого експерименту вважається необхідним уникати нечітких, двозначних питань. Наступною, не менш важливою умовою. Вважається коректне ставлення до інформанта – не можна допускати відчуття, що учасника тестування оцінюють. Тут реципієнту обов'язково треба повідомити, що об'єктами дослідження не є не він сам, не його ментальний рівень розвитку. Інформація, отримана в процесі експерименту, є конфіденційною і не повинна бути розголошеною. Й останньою умовою вважається необхідність пояснення суті експерименту після його проведення [11].

Отже, за результатами вільного асоціативного психолінгвістичного експерименту будується таблиця "частотного розподілу слів-реакцій на кожне слово-стимул" [3, 92]. Дані, отримані після проведення експерименту, систематизуються. Вони дозволяють відобразити особливості когнітивної організації онімів у ментальному лексиконі індивіда, які об'єднуються у фрейми згідно з розрядами власних назв.

#### **Література**

1. Большая психологическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2007. – 544 с.
2. Бондалетов В. Д. Русская ономастика : учебное пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2101 "Рус. Яз. и лит." / В. Д. Бондалетов. – М. : Просвещение, 1983. – 224 с.
3. Калмикова Л. О. Психологія мовлення і психолінгвістика : навчальний посібник [для студентів вищих навчальних закладів] / Л. О. Калмикова. – К. : Переяслав- Хмельницький педагогічний інститут, в-во "Фелікс", 2008. – 235 с.
4. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв : дис. ... доктора філ. наук / О. Ю. Карпенко. – Одеса, 2006. – 416 с.
5. Карпенко О. Ю. Спільне і відмінне в асоціативному осмисленні різних розрядів онімів / О. Ю. Карпенко // Записки з ономастики : зб. наук. праць / [ред. Ю. О. Карпенко]. – Одеса : Астропринт, 2005. – Вип. 9. – С. 47–55.
6. Куликов Л. В. Психологическое исследование : методические рекомендации по проведению / Л. В. Куликов. – СПб. : Речь, 2001. – 184 с.
7. Левицкий В. В. Семасиология / В. В. Левицкий. – Винница : НОВА КНИГА, 2006. – 512 с.
8. Леонтьев А. А. Основы психолінгвістики / А. А. Леонтьев. – 3-е изд. – М. : Смысл ; СПб. : Лань, 2003. – 287 с.
9. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : [підручник] / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
10. Чернобров А. А. О достоинствах и недостатках количественных эмпирических методов в лингвистике (обзор ассоциативных экспериментов с собственными именами за 1993–1990 гг.) [Электронный ресурс] / А. А. Чернобров. – 2000. – Режим доступа : [http://www.imena.org/name\\_exp.html](http://www.imena.org/name_exp.html).
11. Myers D. G. Exploring Psychology / D. G. Myers. – New York : Worth Publishers, 1996. – 544 p.

#### **Анотація**

У статті детально розглядається один з методів психолінгвістичного дослідження. Вільний асоціативний психолінгвістичний експеримент у когнітивній ономастиці дозволяє усвідомити значення власного імені та способи організації онімів у ментальному лексиконі носіїв мови.

**Ключові слова:** когнітивна ономастика, онім, вільний асоціативний експеримент.

#### **Аннотация**

В статье детально рассматривается один из методов психолингвистического исследования. Свободный ассоциативный психолингвистический эксперимент в когнитивной ономастике позволяет познать значение имени собственного и способы организации онимов в ментальном лексиконе носителей языка.

**Ключевые слова:** когнитивная ономастика, оним, свободный ассоциативный эксперимент.

#### **Summary**

The article deals with the detailed analysis of one of the methods of psycholinguistic research. Free associative psycholinguistic experiment in cognitive onomastics reveals the meaning of a proper name and the ways of onymic organization in a mental lexicon of the native language speaker.

**Keywords:** cognitive onomastics, onym, free associative psycholinguistic experiment.

## **ХРОНІКА НАУКОВИХ ПОДІЙ**

УДК 82.02(082.1)

**Луцій С.І.,**

кандидат філологічних наук,

Інститут літератури ім. Т.Г. Шевченка НАН України

### **МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ “МІСТО–ЯК–ТЕКСТ: ЛІТЕРАТУРНІ ПРОЕКЦІЇ”**

10–11 вересня 2009 року в Інституті філології Бердянського державного педагогічного університету відбулася міжнародна наукова конференція “Місто–як–текст: літературні проєкції”. Організатори конференції Інститут літератури ім. Т.Г. Шевченка НАН України, Інститут філології БДПУ, Науково-дослідний інститут слов'янознавства та компаративістики, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. На адресу оргкомітету було надіслано 372 заявки із 9 країн світу. У роботі взяли участь близько 150 учасників. Міжнародні конференції проводяться Інститутом філології БДПУ щороку, а 16–18 квітня 2008 року тут пройшла ще й Перша міжнародна інтернет-конференція “Українська література і загальнослов'янський контекст”, яка мала широкий розголос в науковому світі.

Відкриваючи цьогорічну конференцію, директор Інституту філології, завідувач кафедри української та зарубіжної літератури Бердянського державного педагогічного університету Вікторія Анатоліївна Зарва привітала її учасників і розповіла про нові здобутки та подальші плани Інституту філології й Науково-