

УДК 811.111'373.2

О. Ю. Карпенко

доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри граматики англійської мови
Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова
e-mail: elena_karpenko@ukr.net
ORCID ID: 0000–0001–5576–6781

К. Д. Долбіна

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської мови для природничих факультетів
Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова
e-mail: karinadoll82@gmail.com

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗООНІМІВ У МЕНТАЛЬНОМУ ЛЕКСИКОНІ

Статтю присвячено дослідженню організації зоонімів у ментальному лексиконі носіїв англійської, української та російської мов. Проведено й проаналізовано результати вільного асоціативного експерименту зі встановлення структури асоціативного поля узуальних, віртуальних й сакральних зоонімів.

Ключові слова: зоонім, вільний асоціативний експеримент, асоціативне поле, семантичний гештальт асоціативного поля.

Когнітивна лінгвістика, а з нею разом і когнітивна ономастика, наразі знаходяться на етапі становлення, через що можемо її сприймати як «сукупність індивідуальних дослідницьких програм» [21, с. 31]. У когнітивній лінгвістиці «найважливішим вважається результат, але без надійної методики результат виявляється таким, який неможливо відтворити», тому Е. Г. Беляєвська підкреслює важливість опису конкретної процедури проведення когнітивних досліджень [2, с. 5].

Когнітивно-ономастична спрямованість даного дослідження зумовила необхідність використання специфічних методів, властивих когнітивній лінгвістиці. За твердженням О. Ю. Карпенко «вивчати ментальне буття онімів можна лише за принципом чорного ящика — спостерігаючи вхід і, особливо, вихід, — акти мовлення» [10, с. 11], що залишає три шляхи для дослідника: аналіз актів мовлення,

що породжуються ланцюжками слів, які дозволяють робити висновки про концепти, що їх утворили; асоціативний експеримент, який дозволяє окреслити як загальнономовне, так й індивідуальне ментальне наповнення власної назви; та спостереження й інтроспекцію, що сприяє розумінню функціонування ментального лексикону як власного, так й іншої людини [10, с. 11–12].

У традиційній ономастиці власні назви вважаються елементами ономастичної системи, які прийнято виділяти в межах однієї мови та за регіонами їх поширення, на кшталт антропонімічної системи Одещини. Власні назви в мові — це лексеми та словосполучення, які розподіляються на розряди відповідно до своїх денотатів. Коли власна назва входить до ментального лексикону, вона трансформується у **концепт**, який не тотожний лексемі, бо лексема є одиницею мови, а концепт — одиницею ментального лексикону, що за його межі не виходить; до того концепт ширша, обсяжніша за лексему одиниця, бо включає, окрім усього того, що містить лексема, також невербальні компоненти та індивідуальні, притаманні тільки даному ментальному лексикону складники [9, с. 7]. **Концепт** у сучасній когнітивній лінгвістиці розуміється як фундаментальна одиниця знання, яка є центральною для процесів категоризації та концептуалізації, та яка може кодуватися у специфічному мовному форматі, відомому як **лексичний концепт** [34].

Зрештою, підпавши під процеси концептуалізації та категоризації, концепти шикуються у **фрейми** різного рівня, які мають рекурсивну природу, тобто є вкладеними один в один. Слід зауважити, що існує розподіл на мега-, макро-, мікрофрейми, але ці терміни лише відбивають рекурсивність цієї форми організації знань. Якщо ментальний лексикон в цілому може мати ознаки певної ризоматичності, хаотичності організації, то онімічний фрейм демонструє чітко виражену структуру, звичайно, не позбавлену індивідуальних особливостей носія окремого ментального лексикону. Термін **фрейм**, слідом за Ч. Філмором, розуміємо як «систему лінгвальних виборів — ... набір слів... які асоціюються з прототиповими сценами» [35, с. 124]. **Фрейм** — схематизація досвіду концептуального рівня, яку збережено у довгостроковій пам'яті, і яка пов'язує елементи та сутності, поєднані з досвідом [34, с. 87].

Онімічні концепти, які формують у ментальному лексиконі окремий **онімічний фрейм**, «пов'язуються з іншими складниками менталь-

ного лексикону як їх упорядники й організатори. Можна твердити, що власні назви оптимізують роботу ментального лексикону й підвищують його ефективність» [9, с. 10]. О. Ю. Карпенко порівнює онімічні концепти з клавішею, «натискаючи на яку, ми розкриваємо одне із незліченних сховищ пам'яті, щоб чимось його наповнити або, навпаки, щось звідти взяти» [10, с. 51], з ярликами на полицях ментального сховища [10, с. 51], з вудкою, «що витягає інформаційну рибу для комунікації» та цвяхом, «на який вішають інформацію для збереження в пам'яті» [10, с. 51]. Всі ці яскраві стилістичні порівняння підкреслюють (вперше у історії когнітивної лінгвістики) визначну роль власних назв в обробці, переробці та зберіганні інформації у ментальному лексиконі людини.

Метою цієї розвідки є встановлення адекватних методів для розуміння засад організації й функціонування власних назв на позначення тварин у ментальному лексиконі людини. **Об'єктом** дослідження послуговували зооніми англійської, української та російської мов, **предметом** — їх асоціативне поле й СГАОП (семантичні гешталти асоціативного онімного поля). **Матеріалом** дослідження було обрано результати вільного асоціативного експерименту, які було отримано на підставі 90 анкет, кожна з яких містила по 30 зоонімів-стимулів.

Арсенал когнітивних методів нашого дослідження обіймає експериментальні техніки психолінгвістики. Оскільки дослідити ментальний лексикон носія певної мови ми можемо лише опосередковано, тож когнітивна ономастика має звернутися до застосування емпіричних методів дослідження. Про емпіричну природу когнітивних досліджень веде мову Д. Джірерте у «Методиці когнітивної лінгвістики», де наводить п'ять рис емпірично спрямовного дослідження та його переваг: по-перше, емпіричні дослідження спрямовуються даними, тобто дослідник намагається вивчити якомога більше даних до того, як робити висновки; по-друге, емпіричне дослідження застосовує квантитативні методи для того, щоб елімінувати випадковість висновків; по-третє, емпіричні дослідження вимагають чіткого формулювання гіпотези; по-четверте, є необхідність у операціоналізації гіпотези, тобто надання їй такого формулювання, яке можливо піддати тестовій перевірці; і по-п'яте, емпіричні студії складаються з емпіричного циклу, тобто циклів збору інформації, даних, перевірки гіпотези у тестовому режимі та інтерпретації результатів [32, с. 23–24]. На

думку дослідника, «систематичні спроби операціоналізації лінгвістичних гіпотез складуть емпіричну революцію у лінгвістиці... експериментальні методи та нейрофізіологічні свідчення стануть частиною цього» [32, с. 27]. Оскільки когнітивна лінгвістика вивчає «когнітивні структури й процеси, властиві людині як *homo loquens*: системний опис та пояснення механізмів людського засвоєння мови й принципи структурування цих механізмів» [15, с. 53], то зібрання саме емпіричних даних можливе лише опосередковано. Прямого доступу до ментального лексикону людини дослідники не мають, бо це — «система, яка відбиває у мовній здатності знання про слова та еквівалентні їм одиниці, а також яка виконує складні функції, пов'язані не тільки з цими одиницями, а й структурами представлення екстралінгвістичного (енциклопедичного) знання, що стоять за ними» [15, с. 48].

Саме тому найпотужнішим методом дослідження ментального лексикону є **експеримент**, як це зазначає С. І. Потапенко, бо саме асоціативний експеримент «дозволяє підтвердити психологічну релевантність теоретичних припущень дослідника, тобто асоціативна сітка... це віддзеркалення ієрархічних концептуальних структур у свідомості мовця» [37, с. 20]. Таким чином, відповіді, викликані певним стимулом, можемо вважати відбитком релевантних концептуальних структур, які певною мірою супроводжуються емоціями та оцінками згідно з індивідуальною концептуальною картиною світу інформанта. Чим потужніша емотивність чи/та оцінність асоціата, тим швидше цей стимул належить до першого чи другого кіл індивідуального зоонімічного фрейму опитуваного інформанта.

Два різновиди такого роду експериментів представлено З. Д. Поповою та І. А. Стерніним. Вони виокремлюють вільний **асоціативний** та **рецептивний** експерименти: перший полягає у будь-якій словесній реакції на обране експериментатором слово, а другий — у дослідженні розуміння значення певного слова носіями даної мови [23 : 115–124]. Нами було застосовано **асоціативний експеримент**, проведення якого разом із інтерпретацією результатів і склали основний етап дослідження. На сьогоднішній стан розроблено три різні типи асоціативних експериментів: вільний, спрямований та ланцюговий, перший з яких «застосовує порядок довільних асоціацій без обмежень на реакції» [25 : 44]. А. Е. Левицький, досліджуючи концепт *Чорнобиль*, провів **незалежний асоціативний експеримент**, під час якого інформантам

було запропоновано два питання: які асоціації виникають у зв'язку з *Чорнобилем* та які нові слова, пов'язані з цією трагедією, з'явилися у російській мові [18], тобто цей експеримент частково поєднав ознаки вільного та рецептивного, наслідком чого було уможливлено встановлення кластерної природи досліджуваного концепта, яка складається з кількох взаємодіючих концептосфер, які відбивають «різні іпостасі фокусування уваги громадян» [18, с. 616].

У нашому дослідженні використовується **метод вільного асоціативного експерименту**, який складається з представлення інформантам слів-стимулів, на які вони мають відреагувати будь-якою вербальною реакцією, яка тільки спаде їм на думку, причому обробка результатів експерименту дозволяє інтерпретувати отримані асоціати як віддзеркалення тих чи інших концептуальних ознак досліджуваного концепта [23, с. 115]. Реципієнт, так само, як і читач літературного твору, спочатку сприймає «експонент оніма (тобто його фонетико-графічну оболонку) поза його референтним зв'язком», що дозволяє сформувати асоціативні ланцюжки оніма [1, с. 81]. Екстраполюючи це твердження на асоціативний експеримент, слід зазначити, що інформант спочатку сприймає **експонент** слова-стимула, потім концептуалізує його, слідом категоризує. Залежно від швидкості надання реакції вона буде фонетичною, тобто поверхневою, або відбивати концептуальну наповненість певним чином чи відносити стимул до певної категорії.

Повна інтерпретація результатів такого експерименту дозволяє сформувати **асоціативне поле концепта**. На думку З. Д. Попової та І. А. Стерніна, асоціативне поле концепта «формується сукупністю асоціатів на стимул — ключову лексему-репрезентант концепта» [22, с. 185], причому дуже часто інформанти ідентифікують стимули через особисті чуттєві образи, які кодують даний концепт у їх свідомості [23, с. 24]. Асоціативний експеримент наявно демонструє, що мовний матеріал повинен спочатку «пройти перекодування у спеціальний код мозку, який відповідає за будівництво смислу... Цей код не залежить від специфіки національної мови, він універсальний та має надмовний характер» [23, с. 30]. Вже існують дослідження, в яких завдяки результатам асоціативного експерименту встановлено тезаурусний рівень індивіда, зокрема, майбутнього педагога [4, с. 86–93], бо цілком слушно встановлено кореляцію між класифікацією комунікативних компетенцій (лінгвальна, соціолінгвальна, прагматична)

та рівнями моделі мовної особистості Ю. Караулова (вербально-семантичний, лінгво-когнітивний, мотиваційно-прагматичний) [7, с. 52–53]. Саме вивчення соціолінгвальної компетенції мовної особистості можливо через вивчення її тезауруса, а таким чином, індивідуальної мовної картини світу [4, с. 87].

Тож у нашому дослідженні було проведено вільний асоціативний експеримент з метою встановлення асоціативного поля зоонімічних концептів. Було обрано три групи інформантів та складено три анкети українською, англійською та російською мовами. Інформантами послуговували студенти та викладачі Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова, для яких рідною є відповідно українська чи російська мова, а також працівники мовної школи Кингсвуд у м. Аштоні (Великобританія), для яких рідною є англійська мова. Кількість інформантів дорівнювала 90 — по 30 носіїв кожної з мов, що збігається за кількістю з першим етапом укладання «Ассоциативного словаря английских личных имен» 1995 року [30]. Кількість необхідних інформантів для того, щоб отримані результати можна було вважати достовірними, досі не встановлена, бо існують точки зору на оптимальну кількість у 100 респондентів [5, с. 27], Т. Ю. Ковалевська наводить 3,5 тис. [11], Ю. М. Караулов — біля 11 тис. [8]. Скажімо, під час укладання «Associative Thesaurus of English» [33] у Единбурзькому університеті участь у роботі брали 9 тисяч інформантів, а вже згаданого словника Новосибірського державного педагогічного університету — 60–65 у повному циклі [30], причому результати цих двох експериментів багато в чому збігалися. Більш того, аналогічний експеримент у малих групах по 10 інформантів підтвердив цю тезу [31].

Укладання асоціативних словників є тенденцією досить усталеною, бо ще на початку ХХ ст. у 1910 р. американські вчені Дж. Кент та А. Розанов видали перший словник асоціативних норм англійської мови [33]. На радянських теренах першим асоціативним словником був редактований О. О. Леонтьєвим «Словарь ассоциативных норм русского языка», який вийшов з друку у 1977 р. [26]. Останньою донині фундаментальною працею такого типу є укладений Ю. Карауловим та ін. «Русский ассоциативный словарь» 2002 р. [8]. Існує також певна кількість спеціалізованих асоціативних словників на матеріалі як англійської, так і української та російської мов. Для нашого дослідження важливим етапом було створення асоціативного словника онімної

лексики О. Ю. Карпенко [10], що було продовжено іншими представниками Одеської ономастичної школи. Так, В. Ю. Неклесова уклала асоціативний словник хрононімів англійської, російської та української мов [20], а Г. В. Ткаченко — хремотонімів англійської мови [28]. Тож, продовжуючи цю традицію Одеської ономастичної школи, заснованої членом-кореспондентом НАН України Ю. О. Карпенком, у даному дослідженні також робиться спроба укладання асоціативного словничка зоонімної лексики на матеріалі трьох досліджуваних мов.

Методика проведення асоціативних експериментів стала предметом багатьох наукових розвідок, зокрема Г. А. Черкасова розробила інформаційну технологію проведення такого експерименту. За її методикою перший етап проведення експерименту обіймає формування списку стимулів, генерацію анкет та їх друк, ввід реакцій (мануальний чи комп'ютерний) та контроль опитування. Другий етап включає обробку отриманих даних, тобто створення бази даних, статистичні підрахунки, формування бази даних прямого та зворотнього асоціативного словника та створення оригінал-макета тексту словника. На третьому етапі мають бути виконаними такі процедури, як статистична параметризація, формування зведеної таблиці слів-стимулів та слів-реакцій, частотних списків реакцій та пар стимул-реакцій та ін. [29]. У нашому дослідженні ми виконували всі ці етапи без застосування комп'ютерних програм через порівняно невеликий обсяг досліджуваного матеріалу, але під час укладання великих асоціативних словників із значною кількістю респондентів без спеціальних програм обійтися неможливо.

На думку В. В. Левицького, отримання певної асоціації від інформанта залежить від цілої сукупності постійних та випадкових факторів, до яких можна віднести стать, вік, професію, освіту, місце та час проведення експерименту [17, с. 70]. Вчений сформулював чотири умови успішного проведення асоціативного експерименту, а саме: 1) відбір слів-стимулів, який має відповідати меті експерименту; 2) склад інформантів, який має включати не менш 30 опитуваних, приблизно однорідних за соціальними параметрами; 3) інструкція має бути чіткою, доречною, доводити до інформантів, що вивчається певний лінгвістичний феномен, а не ментальні здібності власне інформантів; 4) відповідний матеріал та форма його представлення — усна чи писемна [17, с. 70]. У повній відповідності до цих параметрів

ми обрали групи з 30 носіїв відповідної мови, що склалися з студентів та викладачів навчальних закладів віком до 30 років. Аналіз будь-якого лінгвального факту живої природної мови має враховувати особливості мовця як живої людини, що знаходиться у фізичному та соціальному середовищі, з яким вона взаємодіє, на зміни у якому вона реагує, тобто з яким знаходиться у стані взаємозумовленої каузації [13]. Щоб запобігти накопиченню фрагментованих знань, лінгвістичні дослідження мають брати до уваги особливості «а) людського сприйняття та емоційного стану, б) накопичуваного у процесі життя емпіричного досвіду, який впливає на сприйняття та інтерпретацію, та в) характеру (фізичного, соціального та мовного) середовища, в якому протікає життєвий процес» [14, с. 49]. Саме тому ми у нашому експерименті намагалися виконати, хоча б частково, ці вимоги до лінгвістичного дослідження. Вік інформантів становив з 20 до 30 років, вони мали схожий рід занять, мешкали в одному місті під час навчання чи викладання, також у інформантів освітній рівень частково збігався. Таким чином, наскільки це було можливо, склад учасників експерименту було уніфіковано задля «наближення до синтетизму у розумінні феномена життя та когніції» [14, с. 49].

Була також розроблена інструкція, яку усно було представлено кожній з груп особисто авторами цієї роботи. В інструкції повідомлялося, що анкетування є важливим етапом роботи над дисертаційною роботою, яку присвячено вивченню власних назв. Термін *зоонім* та його декрипції до інструкції не увійшли, бо уточнення поданого в анкеті матеріалу могло направити думки інформантів саме у «тваринне» русло, що не відповідало би умовам вільного асоціативного експерименту.

Щодо вибору та подання матеріалу, було обрано письмову форму анкетування як таку, яка зменшує потенційний вплив на результати через відсутність відволікань інформантів та розмов з автором задля з'ясування питань стосовно того, що саме представляє аналізований стимул. З кожної аналізованої мови було відібрано по 30 стимулів-зоонімів, які також увійшли у велику загальну вибірку, хоча В. В. Левицький пропонує включати до анкети не більше 20 стимулів. Ці стимули репрезентують всі можливі онімічні скрипти — узуальний, віртуальний та сакральний, які було вперше виділено О. Ю. Карпенко [10, с. 130–136] у потрібному розподілі онімічних фреймів за ступе-

нем реальності на «власне реальну, віртуальну та сакральну частини» [10, с. 130]. **Узуальні** зооніми обіймають наймення реальних тварин, які існують або існували у цьому світі, наприклад, перші тварини-космонавти *Белка* та *Стрелка*. Іншим прикладом може бути кішка *Кася* — домашня улюблениця українського співака Віталія Козловського. **Віртуальні** зооніми — це власні назви тварин з літературних творів, а також фільмів, кінофільмів, комп'ютерних ігор. Наприклад, кіт на ім'я *Бегемот* — це відомий персонаж літературного твору, роману М. Булгакова «Мастер и Маргарита», який до того було кілька разів екранізовано, зокрема такими видатними режисерами як Ю. Карою та В. Бортком. **Сакральні** зооніми належать до релігійних вірувань, сучасних чи минулих. Як зазначає О. Ю. Карпенко, сакральний скрипт онімічного фрейму виокремити необхідно через його подвійну природу: об'єкт релігійного поклоніння є реальним для того, хто цю релігію сповідує, та нереальним для того, хто не сповідує. Прикладом сакрального зооніма є *Цербер* — охоронник Аїда, підземного царства, але до нашого експерименту у якості стимулів було включено зооніми, які належать до вірувань народів України, Росії чи Великої Британії, як, скажімо, міфологічна кішка *Cath Palug*, гігантський монстр-вбивця, дитина демона-свині Хенвена. Міфи про цю кішку знаходимо у циклі легенд про короля Артура та у валлійських Тріадах.

Таким чином, кожна анкета обіймала по 10 узуальних, віртуальних та сакральних стимулів, поданих рідною мовою. Стимули для носіїв різних мов були різні, але структура кожного списку стимулів була ізоморфною.

Підрахунок результатів анкетування представлено низкою цифр, які подаються через навкісну риску: загальна кількість різних реакцій; загальна кількість всіх реакцій разом; кількість різних онімічних реакцій; загальна кількість онімічних реакцій; загальна кількість відмов.

Після цього подано СГАОП — семантичні гешталти асоціативного онімічного поля, показники яких підраховано за кількістю всіх реакцій, які створюють саме цей семантичний гешталт.

Загальний вигляд словникової статті є таким:

Алиса 18/30/8/13/0 СГАОП «казки Л. Керролла», «героїня казки О. Толстого»

Алиса — в стране чудес 6; лиса 4; Страна Чудес 4; девочка 2; сказка; 50 капель валерьянки; Гостья из будущего; Страна-Зазеркалье; писа-

тель детский; *Лиса*; платье; *Селезнёва*; чудо; чудеса; чудес; *Бульчѣв*; имя; *Чеширский кот*.

Як бачимо, курсивом виокремлено всі онімічні реакції. Орфографію анкет повністю збережено, навіть із виправленнями. На додаток слід зауважити, що асоціати не обов'язково корелюють із словом-стимулом. У цитованій словниковій статті стимулом було обрано вівчарку першого радянського олігарха Г. Стерлігова, за найменням якої було поіменовано першу радянську біржу. Жодного асоціата, пов'язаного з обраним нами денотатом, у анкетах не виявилось, а майже всі асоціати стосувалися трьох відомих казок.

Відмови від асоціації, або **нульові реакції** за термінологією Т. С. Колбіневої, зумовлюються факторами соціолінгвістичними: статтю, віком, місцем проживання та іншими індивідуальними особливостями мовця-інформанта, а також з характером самого слова-стимула, бо «він зумовлює основні напрямки асоціювання, обмежує асоціативний простір та регулює його конфігурацію» [12, с. 197]. Нульові реакції самі по собі є цікавим матеріалом для дослідження, що ми й плануємо робити у майбутніх розвідках.

Як зауважують І. А. Стернін та З. Д. Попова, «когнітивна інтерпретація результатів асоціативних експериментів може здійснюватися через етап опису психолінгвістичного значення, а може здійснюватися безпосередньо — через пряму когнітивну інтерпретацію асоціатів» [22, с. 203]. Перше означає виділення асоціатів, які об'єктивують окремі значення слова, а друге — узагальнення асоціатів у когнітивні ознаки. За ілюстрацією авторів було створено когнітивну інтерпретацію результатів опитування 50 інформантів щодо їх реакцій на стимул *Земля*. Тож об'єктивацією узагальненої когнітивної ознаки *велика* слугували 25 асоціатів, до яких входили *велика, огромна, дуже велика*; ще 30 асоціатів узагальнили до когнітивної ознаки *кругла* і т. ін. [22, с. 204].

У нашому дослідженні ми обрали два шляхи, які доповнюють один одного. Таким чином, методика аналізу результатів експерименту складалася з двох етапів: на першому ми наслідували методиці О. Ю. Карпенко [10], на другому — методиці виокремлення семантичних гештальтів асоціативного поля Ю. Караулова [8], що певною мірою узгоджується із запропонованими І. А. Стерніним та З. Д. Поповою шляхами, але мають власну своєрідність.

У своєму дослідженні О. Ю. Карпенко виділяє вісім різних типів асоціацій до онімічних стимулів [10, с. 289–352]. Найчастотнішими є асоціати-гіпероніми, які у проведеному дослідничею експерименті репрезентовані 38,1 %. Такі реакції О. Ю. Карпенко називає «лінівими», бо ними «просто визначається розряд денотатів, до яких належить даний онім» [10, с. 303]. Ми можемо додати, що саме такі асоціації яскраво демонструють як концептуалізацію, так і категоризацію оніма під час його введення до ментального лексикону індивіда. Синонімічні асоціати, куди віднесено власне синоніми, перифрази та прості дескрипції [10, с. 308], посіли друге місце у дослідженні О. Ю. Карпенко, обіймаючи 23,6 % від загальної кількості реакцій. Цікавим є простеження розподілу синонімічних реакцій на синтагматичні та парадигматичні, що уточнює хід роздумів реципієнтів та висвітлює структуру асоціативного поля конкретного стимулу. Третє місце обіймають суміжні реакції — 14,3 %, четверте — «частина — ціле» — 9,6 %, а сьоме «ціле — частина» — 1,6 %. Такі асоціації за суміжністю пов'язуються О. Ю. Карпенко з тим, що асоціати-частини набувають у сприйнятті реципієнтів символічного сенсу [10, с. 311], а асоціати ціле чи частина наближаються до гіперонімічних реакцій [10, с. 314]. На п'ятому місці у дослідженні О. Ю. Карпенко знаходяться асоціати-ознаки — 6,4 %, які «становлять вказівки на прикмети, ознаки, властивості стимулів» [10, с. 312]. Шосте місце посідають помилкові асоціати — 4,8 %, які, на наш погляд, краще термінувати **індивідуальними**, бо вони складають периферію асоціативного поля оніма, до якої входять незрозумілі сторонньому спостерігачеві реакції на стимул, але які є цілком логічними для носія даного ментального лексикону. На останньому, восьмому місці у експерименті О. Ю. Карпенко знаходяться причинно-наслідкові реакції — 1,6 %, тобто такі асоціати сприяють розумінню, які зв'язки поєднують стимул та реакцію у ментальному лексиконі носія.

Застосувавши цю методику до результатів нашого асоціативного експерименту, ми встановлюємо структуру асоціативного поля кожного стимулу. Також це надає змогу виокремити ядро асоціативного поля кожного з аналізованих зоонімів, його периферію, а через це — зробити певні спостереження та висновки щодо загальномовного зоонімічного фрейму. Зіставлення результатів експерименту, який проведено на матеріалі трьох мов, надає нам можливість встановити

загальні, універсальні тенденції щодо індивідуального та загально-мовного зоонімного фреймів, а також висвітлити етнічні розбіжності та особливості функціонування зоонімних фреймів у носіїв аналізованих мов.

Друга методика, яку ми застосовуємо у роботі, — це **метод семантичних асоціативних гештальтів**, запропонований Ю. М. Карауловим [8], який довів, що групи асоціатів віддзеркалюють певні фрагменти мовної картини світу як окремих індивідів, так і груп, зокрема навіть цілих етносів. Взагалі сам термін **гештальт** був уведений до психології Г. фон Еренфельсом та М. Вертгеймером та позначає «цілісні структури свідомості», прикладами яких можуть бути інсайт, сприйняття мелодії та под. [3]. Гештальт — це основне поняття гештальт-психології, що позначає «цілісний феномен, який не можна звести до суми його складників» [33]. В. Зеленський дефінує гештальт як «інтегроване ціле, функціональну структуру, яка впорядковує, згідно до своїх законів, різноманіття окремих явищ» [6]. До когнітивної лінгвістики цей термін був уведений Дж. Лакоффом, який вважав, що всі явища узагальнено пізнаються холістично, «як єдиний гештальт» [36, с. 33], звідси випливає, що все — сприйняття, думки, пізнавальні процеси, емоції, моторна діяльність та власне мова — організовуються за допомогою **лінгвістичних гештальтів**, тобто цілісних структур, складених з частин, але які не можна звести до сукупності цих частин [16].

О. О. Селіванова дефінує гештальт як «константний цілісний складник свідомості, що існує у вигляді фігур, структур, образів і формується через прагнення до структурування поля сприйняття», а теорія Дж. Лакоффа дозволяє «дослідити мову у проекції на досвід людини, а людину описати на підставі її мови» [25, с. 84]. І. Ю. Марковіна та Е. В. Данилова виокремлюють **асоціативний гештальт** — «інструмент структурування асоціативного поля кожного ключового стимулу... з формуванням асоціативних проекцій» [19, с. 119]. Асоціативний гештальт можна виявити, коли «асоціати семантично тяжіють до певних характеристик, природно групуючись навколо кількох (зазвичай частотних у асоціативній статті) реакцій, що означають (називають) певний набір мисленневих образів — концептів» [19, с. 119]. Дослідниці встановлюють «гештальтне асоціативне ядро» на основі двох перших за частотністю груп асоціатів, що нами також застосовується в аналізі результатів вільного асоціативного експерименту.

Велика увага дослідників сконцентрувалася останнім часом на асоціативному полі пропріальних одиниць (див.: [10; 11; 20; 28 та ін.]), зокрема було проведено два експерименти: В. Ю. Неклессова дослідила групування семантичних гештальтів на матеріалі хрононімів та їх асоціатів [20], Г. В. Ткаченко проаналізувала **семантичні гештальти асоціативного онімічного поля (СГАОП)** хремотонімів [28]. Взявши за основу методику Ю. М. Караулова, уточнену В. Ю. Неклессовою та Г. В. Ткаченко, ми виокремили в асоціативному полі стимулів по два СГАОП, тобто встановили гештальтне асоціативне ядро, наслідуючи І. Ю. Марковиній та Е. В. Даниловій. Наведемо приклад з нашого асоціативного словника, який вже було використано для демонстрації застосування методики аналізу типів асоціацій за О. Ю. Карпенко: всі реакції на стимул *Аліса* можемо розподілити на такі гештальти:

- 1) казки Л. Керролла про дівчинку Алісу у Країні Мрій (15 реакцій, 50 %);
- 2) героїня казки О. М. Толстого «Золотий ключик» (5 реакцій, 16,7 %);
- 3) героїня казки К. Буличева «Гостя з майбутнього» (3 реакції, 10 %).

Як бачимо, певна кількість реакцій гештальти не створила, тому задіяні у цьому етапі аналізу реакцій обіймають лише 76,7 % від загальної кількості. Тільки перші два СГАОП складають гештальтне асоціативне ядро, тому тільки їх уведено до тексту словника.

Серед реакцій на цей стимул знаходимо такі узагальнюючі асоціати, як *имя, сказка*. Вони є маркерами того, що процес категоризації стимулу під час ментального опрацювання інформантом перейшов від базового рівня на так званий рівень паразитичної категоризації (parasitic categorization), який виокремлює Ф. Унгерер: «для суперординованих категорій немає узвичаєної загальної форми, тобто немає гештальта, що лежить в основі та може застосовуватися до всіх членів категорії... доведеться запозичити гештальтні якості суперординованої категорії від базових категорій... що називається паразитичною категоризацією» [38, с. 77]. В асоціативному полі аналізованого стимулу прикладами такої паразитичної категоризації, яка не має власних гештальтів, були асоціати *имя, девочка, сказка, детский писатель*. Наразі, ці асоціати не створили власного СГАОП.

Результати експерименту дозволили виокремити превалюючі типи реакцій реципієнтів, розширивши та уточнивши вже існуючі класифікації. Так, у нашій роботі уведено термін **фонетичні асоціації** як такі, що викликані експонентом оніма-стимулу, а механізмом їх виникнення є лише зовнішня схожість стимулу та асоціата. Крім того, ми об'єднали типи асоціацій, які характеризують стимул як ціле через частину та частину через ціле, у єдиний тип **меронімічних асоціацій**, тобто таких асоціацій, які побудовані на меронімічних відносинах — відносинах між частиною та цілим. У реакціях реципієнтів, незважаючи на те, чи вони є носіями однієї мови чи різних, завжди знаходимо спільне і відмінне. Спільне, у нашому випадку реакції-гіпероніми, реакції, які характеризують ціле через частини та синонімічні реакції, належать загальномовному фреймові. Нижня частина асоціативного поля, тобто поодинокі, суто індивідуальні асоціації, у нашому експерименті терміновані як загадкові реакції, належить до індивідуального зоонімічного фрейму.

Узуальні зооніми, які увійшли до стимулів, містять власні назви тварин, що реально існують чи колись існували у світі, **віртуальні** зооніми характеризують творчість людини, тому вони обіймають такі власні назви віртуальних тварин, які було вилучено з літературних творів, кінофільмів та мультфільмів, комп'ютерних ігор. **Сакральні** стимули-зооніми включають власні назви тварин, що є частиною релігійного культу, який існував колись чи існує зараз.

Проаналізувавши отримані дані щодо асоціатів узуальних зоонімів, можемо висновувати, що, по-перше, реакції реципієнтів не завжди вказували на справжній денотат, як, наприклад, жодна реакція не відносилася до вівчарки Г. Стерлігова, ім'я якої є донором для назви першої радянської біржі «Аліса». Тобто за наявності більш відомого денотата, такого як головна героїня казок Л. Керролла, асоціативне поле аналізованого оніма наповнюється ним як більш потужним сугестогеном. По-друге, семантичні гешталти асоціативного поля, які були згруповані з поданих асоціатів, причому лише перші два сформували гештальтне асоціативне ядро, інколи доводилося вказувати лише у єдиній репрезентації. Це відбувалося через те, що асоціативне поле певного оніма мало однорідну семантичну структуру та згрупувалося навколо єдиного референта. По-третє, доволі близькими за кількісними показниками виявилися спроби інформантів

віднайти гіперонім — кількість гіперонімічних реакцій складає 40,4, 45,8 та 56,6 % в українській, англійській та російській мовах відповідно. Тобто виходить назовні процес категоризації, в якому інформанти намагаються зрозуміти, що позначає поданий онім-стимул. Реакції за суміжністю та меронімічні також представлено у результатах опитування доволі симетрично — 8,7, 7,5 та 10,1 %; 2,5, 5,5 та 8,1 %. Можемо пояснити це тим, що метонімія є загальноприйнятною когнітивною операцією, яка призводить до економії зусиль у мовленні, мові та мисленні. Щодо фонетичних, співзвучних зі стимулом реакцій, вони представлені досить однорідно, тож можемо висновувати, що схильність до своєрідної лінгвальної гри з одночасним уникненням витрати зусиль на дійсне осмислення запропонованого зоонімічного стимулу є властивими для носіїв всіх трьох мов. По-четверте, розбіжність спостерігаємо у дуже низькій кількості загадкових реакцій в україномовних реципієнтів (3,8 %), що можемо пояснити схожістю асоціативних тезаурусів як Експериментатора-1, так і Експериментаторів-2, тобто спільним місцем проживання, навчання, праці, близьким віком експериментатора та реципієнтів. Низький показник кількості синонімічних реакцій (4 %) при надвисокому гіперонімічних (56,6 %) дорівнює таким показникам у інших мовах. Цікавим також виявилися надто високий рівень квалітативних реакцій (20,2 %) в українській мові та каузальних в англійській (7 %), що може бути зумовлено кордоцентричністю української та раціоцентричністю англійської мов.

Аналіз асоціатів, поданих на віртуальні зооніми, дозволив виділити основні тенденції, які властиві носіям всіх трьох мов, а саме: високу кількість гіперонімічних реакцій (51 %, 43,8 % та 30,9 %) та низьку квалітативних (6 %, 3,1 % та 3,7 %). Цікавою відмінністю є використання великої кількості каузативних асоціатів носіями російської мови — 8,6 %, порівняно з носіями інших мов, що можемо пояснити високим ступенем знайомства носіїв російської мови з літературними творами, звідки було обрано зооніми-стимули. Суттєвою є розбіжність у кількості синонімічних реакцій — 75, 15,8 % та 4,9 %, які превалюють в англійському етапі експерименту, тобто носії англійської мови частіше пропонували заміну зооніма-стимула рівноправним. Російськомовні респонденти надали перевагу суміжним реакціям (5 %, 4,6 % та 14,8 %), що також пояснюємо високим освітнім рівнем та популярністю творів-донорів для нашого експерименту.

Скажімо, роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита», звідки ми обрали стимул *Бегемот*, має ще дві екранізації, тому дуже добре відомий носіям російської мови.

Серед асоціатів, поданих на сакральні стимули, значну частину становлять загадкові (11,5 %, 15,7 % та 16,9 %) та фонетичні (25,3 %, 22,3 % та 15,6 %), що можемо пояснити відсутністю поданих стимулів у ментальних лексиконах інформантів. Низькою є частотність суміжних реакцій (3,4 %, 6,3 % та 5,2 %) та порівняно низькою гіперонімічних (35,6 %, 31,5 % та 32,5 %), що є також наслідком низького ступеня знайомства з пропонованими стимулами через непоширеність язичницьких вірувань серед носіїв аналізованих мов. Велика кількість каузативних асоціатів (3,5 %, 1,1 % та 7,8 %) в носіїв російської мови може бути спричиненою спробою розуміння каузативно-наслідкових відносин між стимулом та, відповідно, пропонованим асоціатом.

Таким чином, можемо **висновувати**, що під час аналізу типів асоціатів ми дослідили ті ментальні операції, яким підлягає слово-стимул у процесі сприйняття, тобто його входу до ментального лексикону носія певної мови. Виокремлення гештальтного ядра асоціативного поля слова-стимула дозволило з'ясувати, які мисленнєві образи формувалися й домінували в інформантів під час категоризації та концептуалізації зоонімів-стимулів, тобто коли вони трансформувалися у концепти та віднаходили відповідне місце у ментальному лексиконі індивіда.

Відсоткові показники двох складових гештальтного ядра мають дуже велике значення для розуміння цього аспекту експерименту. В тому разі, коли СГАОП складає 50 або більше відсотків, ми можемо стверджувати, що аналізоване слово-стимул входить до другого кола індивідуального зоонімічного фрейма в більшості інформантів. Прикладом цього є аналізована словникова стаття «Алиса», в якій СГАОП «казки Л. Керролла» склав 50 %.

У нашому дослідженні спостерігалися поодинокі випадки, коли до гештальтного ядра увійшов лише один компонент, як, наприклад, це відбувається у словниковій статті «Босс»: начальник 12; шеф 3; голова 2; посада ректора; очільник компанії; біг-борд; *Барбос*; головний; пакет; відповідальний; бокс; сурок; собака; коса; біс; *Хьюго*. Як бачимо, переважна більшість реакцій належить до одного семантичного поля: начальник 12; шеф 3; голова 2; посада ректора; очільник компанії (загальна кількість таких реакцій складає 19 одиниць). До того, ще дві

синтагматичні реакції називають якості людини, що обіймає керівну посаду: головний, відповідальний (ще 2 одиниці). Інші асоціації мають суто індивідуальний, у тім числі фонетичний, характер, через що не створюють окремих гештальтів асоціативного поля аналізованого стимула. Ці спостереження дозволяють нам припустити, що зазначений стимул входить до першого кола індивідуального фрейму. Також слід повторити, що обрані нами стимули-зооніми часто не входять до ментальних лексиконів реципієнтів, що зумовлено невеликою поширеністю зоонімів як таких, через що вони можуть утворювати асоціативні гештальти, жодним чином не пов'язані з денотатом слова-стимула.

Подальші розвідки планується спрямувати на вивчення особливостей функціонування зоонімів в текстах різних функціональних стилів, зокрема художньому та інформаційному.

Список використаної літератури

1. Баранова К. И. Об ассоциативном потенциале имени главной героини в рассказе Т. Н. Толстой «Охота на мамонта» / К. И. Баранова // Вопросы ономастики. – 2013. – № 1. – С. 79- 87.
2. Беляевская Е. Г. Воспроизводимы ли результаты концептуализации? (К вопросу о методике когнитивного анализа) / Е. Г. Беляевская // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2005. – № 1. – С. 5- 14.
3. Большой психологический словарь [Електронний ресурс] / [сост. Б. Мещеряков, В. Зинченко]. – Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/30/>.
4. Данилюк О. Асоціативний експеримент як один з методів дослідження тезаурусного рівня мовної особистості майбутнього педагога / О. Данилюк // Наукові записки Тернопільського НПУ. Серія: Мовознавство. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2009. – Вип. 2 (17)- 1 (18). – С. 86- 93.
5. Загнітко А. П. Основи психолінгвістики : [науково-навчальне видання] / А. П. Загнітко, М. Михальченко. – Донецьк : ДонНУ, 2008. – 233 с.
6. Зеленский В. Словарь аналитической психологии [Електронний ресурс] / В. Зеленский. – Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/11/word/geshtalt>
7. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов / [отв. ред. Д. Шмелев]. – М. : Наука, 1987. – 263 с.
8. Караулов Ю. М. Показатели национального менталитета и ассоциативно-вербальной сети / Ю. Н. Караулов // Языковое сознание и образ мира. – М., 2000. – С. 191- 206.

9. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика / О. Ю. Карпенко. – Одеса : Фе-нікс, 2010. – 158 с.
10. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.15 / Олена Юріївна Карпенко. – К., 2006. – 416 с.
11. Ковалевська Т. Ю. Асоціативний словник української рекламної лексики / Т. Ю. Ковалевська, Г. Д. Сологуб, О. В. Ставченко. – Одеса : Астро-принт, 2001. – 116 с.
12. Колбинева Т. С. Отказы от реагирования в ассоциативном словаре школьников Саратова / Т. С. Колбинева // Язык. Сознание. Культура: [сб. статей / под ред. Н. В. Уфимцевой, Т. Н. Ушаковой]. – М. ; Калуга : ИП Кошелев А. Б., 2005. – С. 193- 197.
13. Кравченко А. В. Знак, значение, знание: очерк когнитивной философии языка / А. В. Кравченко. – Иркутск : Иркутская областная типография № 1, 2001. – 261 с.
14. Кравченко А. В. Когнитивная лингвистика сегодня: интеграционные процессы и проблема метода / А. В. Кравченко // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 37- 52.
15. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина ; [под общ. ред. Е. С. Кубряковой]. – М. : Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
16. Лакофф Дж. Лингвистические гештальты [Электронный ресурс] / Дж. Лакофф. – Режим доступа: http://www.classes.ru/grammar/155.new-in-linguistics-10/source/worddocuments/_19.htm.
17. Левицкий В. В. Квантитативные методы в лингвистике / В. В. Левицкий. – Винница : Нова Книга, 2007. – 264 с.
18. Левицкий А. Э. Концепт Чернобыль: 26 лет после аварии / А. Э. Левицкий // Лингвоконцептология: перспективные направления. – Луганск : Издательство ГУ «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко», 2013. – С. 605- 617.
19. Марковина И. Ю. Специфика ассоциативного сознания русских и американцев: опыт построения «ассоциативного гештальта» текстов оригинала и перевода / И. Ю. Марковина, Е. В. Данилова // Языковое сознание и образ мира / [под ред. Н. В. Уфимцевой]. – М., 2000. – С. 116- 132.
20. Неклесова В. Ю. Когнітивна природа власних назв на позначення часу: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15/ Валерія Юріївна Неклесова. – Одеса, 2010. – 239 с.
21. Паршин П. Б. Теоретические перевороты и методологический мятеж в лингвистике XX века / П. Б. Паршин // Вопросы языкознания. – 1996. – № 2. – С. 19- 38.

22. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314 с.
23. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Изд. 3-е. – Воронеж : Истоки, 2003. – 191 с.
24. Русский ассоциативный словарь : в 2 т. / [под ред. Ю. Н. Караулова, Г. А. Черкасова, Ю. А. Сорокина и др.] – Т. I: [От стимула к рекции: ок. 7000 стимулов]. – М. : АСТ-Астрель, 2002. – 784 с.; Т. II: [От стимула к рекции: более 100 000 реакций]. – М. : АСТ-Астрель, 2002. – 992 с.
25. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
26. Словарь ассоциативных норм русского языка / [под. ред. А. А. Леонтьева]. – М.: Изд-во Моск.ун-та, 1977. – 192 с.
27. Супрун В. И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал : [монография] / В. И. Супрун. – Волгоград : Перемена, 2000. – 172 с.
28. Ткаченко Г. В. Англomовні хремотоніми як лінгвокогнітивні феномени картини світу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Ганна Володимирівна Ткаченко. – Одеса, 2012. – 236 с.
29. Черкасова Г. А. Опыт использования информационной технологии «Ассоциативный эксперимент» / Г. А. Черкасова // Язык. Сознание. Культура : [сб. статей /под ред. Н. В. Уфимцевой, Т. Н. Ушаковой]. – М. ; Калуга : ИП Кошелев А. Б., 2005. – С. 308- 318.
30. Чернобров А. А. Ассоциативный словарь английских личных имен. – Новосибирск : Изд-во НГПУ, 1995. – 98 с.
31. Чернобров А. А. О достоинствах и недостатках количественных эмпирических методов в лингвистике: Обзор ассоциативных экспериментов с собственными именами за 1993– 1999 гг. [Электронный ресурс] / А. А. Чернобров. – Новосибирск, 2005. – Режим доступа: http://www.imena.org/name_exp.html.
32. Geeraerts D. Methodology in Cognitive Linguistics / D. Geeraerts // Cognitive Linguistics: Current Applications and Future Perspectives / [ed. by G. Kristiansen et all]. – Berlin : Mouton de Gruyter, 2006. – P. 21- 50.
33. EAT World Associations. – <http://www.eat.rl.ac.uk/cgi-bin/eat-server>
34. Evans V. A Glossary of Cognitive Linguistics / V. Evans. – Edinburg : Edinburg University Press, 2007. – 239 p.
35. Fillmore Ch. J. An alternative to checklist theories of meaning / C. J. Fillmore // Proceedings of annual meeting of the Berkeley Linguistics Society. – Berkley, 1975. – V. 1. – P. 123- 131.
36. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind/ G. Lakoff. – Chicago: University of Chicago Press, 1987. – 57 p.

37. Potapenko S. I. *Introducing Cognitive Linguistics : [manual for students]* / S. I. Potapenko. – Nizhyn : Nizhyn University Publishing House, 2013. – 136 p.
38. Ungerer F. *An Introduction to Cognitive Linguistics* / F. Ungerer. – Harlow: Pearson Education, 2006. – 384 p.

Карпенко Е. Ю.

*доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой грамматики английского языка
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова
e-mail: elena_karpenko @ ukr.net
ORCID ID: 0000—0001—5576—6781*

Долбина К. Д.

*кандидат филологических наук,
доцент кафедры английского языка для естественных факультетов
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова
e-mail: karinadoll82@gmail.com*

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЗООНИМОВ В МЕНТАЛЬНОМ ЛЕКСИКОНЕ

Резюме

Статья посвящена исследованию организации зоонимов в ментальном лексиконе носителей английского, украинского и русского языков. Приведены и проанализированы результаты свободного ассоциативного эксперимента по установлению структуры ассоциативного поля узуальных, виртуальных и сакральных зоонимов.

Ключевые слова: зоонимы, свободный ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле, СГАОП — семантический геистальт ассоциативного поля.

Karpenko E.

*Doctor of Philology, Professor,
Head of English Grammar Department
Odessa I. I. Mechnikov National University
e-mail: elena_karpenko@ukr.net
ORCID ID: 0000—0001—5576—6781*

Dolbina K.

*Ph.D., lecturer of English for professional purposes department
Odessa I. I. Mechnikov National University
e-mail: karinadoll82@gmail.com*

METHODS OF INVESTIGATION OF FUNCTIONING OF ZOONYMS IN MENTAL LEXICON**Abstract**

The article is dedicated to the study of the organization of zoonyms in the mental lexicon of English, Ukrainian and Russian speakers. The aim of this investigation is the establishment of adequate methods in understanding of the organization and functioning of the proper names of animals in the individual mental lexicon. The object of the study are English, Ukrainian and Russian zoonyms, the subject — their associative field and semantic gestalts of the associative onymic field. As the material of investigation the results of the free associative experiment were chosen, comprising 90 questionnaires, each consisting of 30 zoonyms-stimuli, the latter being represented by usual, virtual and sacral onyms.

Key words: *zoonym, free associative experiment, associative field, semantic gestalt of the associative onymic field.*

Надійшла до редакції 18.08.2016