

УДК 81'373.2:165.194

**КОГНІТИВНА ОНОМАСТИКА ЯК НОВИЙ НАПРЯМОК ВИВЧЕННЯ ВЛАСНИХ  
НАЗВ**

*Реферат.* Окреслено основні проблеми когнітивної ономастики, провідною серед яких є з'ясування буття власних назв у ментальному лексиконі. Оніми в мові мозку стають концептами – активними, з якими ведеться певна ментальна робота, та пасивними, захованими в скриньках пам'яті. В межах ментального лексикону онімічні концепти: 1) слугують організаторами цього лексикону; 2) формуються у фрейми; 3) зазнають категоризації, трансформації та профілювання.

**Ключові слова:** когнітивна ономастика, онімічний концепт, онімічний фрейм, концептуалізація, категоризація, трансформація, профілювання.

На наших очах нині формується її міцніша нова ономастична галузь – когнітивне дослідження власних назв. У цій галузі змінюється не лише аспект, а й сам предмет дослідження. Якщо ономастика пізнає власні назви, то когнітивна ономастика з'ясовує, як це пізнання реалізується, якими є механізми пізнання власних назв. Оскільки пізнання здійснюється в голові людини, мовою мозку, то й когнітивна ономастика має справу передусім з ментальним лексиконом. По суті з'ясування способів буття й функціональної навантаженості власних назв у ментальному лексиконі становить собою провідну проблему когнітивної ономастики. Інші її проблеми: форми концептуалізації власних назв; форми та функції онімічних концептів; способи організації онімічних концептів у онімічні фрейми та домени на ґрунті уніфікованих конструкцій знань про їх зв'язки з позамовними носіями; розмежування онімічних фреймів відповідно до розмежування їх денотатів; розмежування онімічних фреймів на індивідуальні та загальномовні і шляхи такого розмежування; обґрунтування концентричної організації індивідуальних онімічних фреймів та етноцентричної і радіальної організації загальномовних онімічних фреймів; асоціативний характер семантичного наповнення онімічних концептів з його загальним та індивідуальним компонентами; встановлення напрямків асоціативної ідентифікації онімічних концептів.

Змінюються, причому істотно, й методи когнітивного дослідження онімів. Методів безпосереднього спостереження ментального лексикону не існує, зате є три досить результативні шляхи його опосередкованого лінгвістичного вивчення. Це:

1) аналіз актів мовлення, що породжується ментальним лексиконом і компонується з наявних у ньому концептів, утім числі й концептів онімічних; це – шлях від концепту до слова;

2) здійснення соціолінгвістичних експериментів, зокрема одержання реакцій-асоціацій на онімічні стимули; це – шлях від слова до концепту;

3) самоспостереження дослідника, спроба проникнути в роботу свого власного ментального лексикону, щоб розібратися, як там існують і функціонують власні назви; це – шлях пізнання концепту як такого. У своїй роботі ми користувалися всіма цими шляхами.

Нові, невідомі даній людині власні назви приходять у ментальний лексикон щогодини. Приходять не поодиноці, а десятками, якщо не сотнями. Читаєш художню книжку – зустрічаєш наймення персонажів, наукову – прізвища вчених, йдеш по вулиці – бачиш вивіски з назвами, розмовляєш – знову текст пересипаний онімами. Більшість цих онімів-новоприбульців одразу “вилітає з голови”, тобто виштовхується з ментального лексикону як непотрібна. Власне, такі назви не проходять автономної системи допуску в ментальний лексикон, що зрештою вимагається для нормальної його роботи. Ментальний лексикон не може бути надміру захаращеним.

Саме тому власні назви, що в ментальний лексикон проникли, піддаються систематизації: 1) відомі вони мені чи невідомі; 2) якщо невідомі, то до якої групи їх слід віднести; 3) які денотати ними позначаються і що я знаю про ці денотати. Іншими словами, відбувається обробка, перекодування власної назви – трансформація слова в концепт, його концептуалізація. Паралельно онім зазнає й категоризації – віднайдення його найдоречнішого місця в ментальному лексиконі, для чого вимагається з'ясування його розряду (антропоніми, топоніми тощо) й домену (гідроніми, ороніми тощо). Люди переважно не знають таких термінів, але відому назву поєднують з уже відомою. Далі в хід вступає семантика, відбувається перегруповування, транспозиція вже відомих, наявних у ментальному лексиконі онімічних концептів – приміром Людовик пов'язується з Парижем, а Іван Грозний – з Москвою.

Таке перелопачення, перегляд наявних у ментальному лексиконі концептів відбувається (свідомо, автономно чи напівавтономно) загалом постійно, навіть уві сні, що може приводити до знахідок, до віднайдення раніше непомічених з'єднувальних ланцюжків, зрештою – до більших чи менших відкриттів. Робота мови мозку з онімами зрештою шикуює їх у фрейми й домени (субфрейми), постійно добудовуючи та перебудовуючи те й друге. Усе це упорядковує ментальний лексикон і шляхом концептуалізації та категоризації робить його більш містким.

Таким чином, власні назви переважно приходять у мову мозку з “великого світу”, тобто з-за меж **Я** власника ментального лексикону. Водночас ментальний лексикон є не тільки приймачем, а й творцем. Кожна людина бере участь в актах номінації – у творенні та розвитку мови, у тому числі розвитку онімічного. Хтось є творцем для всього народу і для всіх часів (Тарас Шевченко, Ліна Костенко, Уїльям Шекспір, Чарль Діккенс), хтось – творцем для епохи (Панас Мирний, Володимир Сосюра, Бернард Шоу, Сомерсет Моєм), хтось – творцем для свого довкілля та самого себе. Серед іншого у межах ментального лексикону можуть творитися (а не тільки відтворюватися) й нові власні назви. Придумують чи добирають, так чи так здійснюючи акт номінації, оніми для своїх немовлят, для творів, для новоосвоєних гір та печер, для своїх тварин, для нововідкритих астероїдів або супутників планет чи об'єктів на їх поверхні тощо. Якщо онім не приходить у ментальний лексикон, а твориться в ньому, цей онім все одно спирається на якісь мовні факти, наявні за межами ментального лексикону.

Поза тим онім, приходить він у ментальний лексикон ззовні чи твориться в самому ментальному лексиконі, все одно є словом, яке вже в процесі ментальної обробки стає концептом. Концепт завжди об'ємніший, ширший за слово, оскільки, як правило (хоч і в дуже різній мірі), окрім вербального включає також невербальний компонент, а слово за своєю суттю на це не здатне. Концепт також включає, окрім загальноприйнятого, ще індивідуальний, притаманний тільки цьому ментальному лексикону семантичний компонент, який при спілкуванні не виходить зі свого ментального лексикону, бо передати його, якщо спеціально не ставити таку мету, дуже важко, оскільки адресат цим індивідуальним компонентом не володіє і тому при комунікації його не сприймає.

Не менш часто, ніж приходять у ментальний лексикон, власні назви і виходять з нього. Власне кажучи, тут ідеться про два зовсім різні процеси: 1) вихід оніма в текст, у мовлення, коли він використовується для комунікації, залишаючися при цьому повноправним концептом у складі ментального лексикону; 2) вихід оніма зі складу ментального лексикону – його випадіння з пам'яті, забуття. Ці процеси мають різний зміст і різні механізми своєї реалізації, причому обидва істотні для розуміння ментального буття власних назв.

У першому випадку, при комунікативному використанні наявних у ментальному лексиконі власних назв, відбувається їх переробка, перекодування. Оніми-концепти трансформуються в слова і як такі виходять з ментального лексикону – вимовляються чи записуються в складі мовленнєвого ланцюжка. При цьому оніми як наймення одиничних об'єктів чітко й конкретно прив'язані до певного місця (передусім топоніми) й певного часу (передусім антропоніми). Тому вони: 1) просто й економно створюють хронотоп – прив'язують сказане, особливо – якщо сказане є художнім твором, до певного часу і певного місця; 2) міцно пов'язані зі своїм денотатом (знову ж таки тому, що він один), слугуючи для нього своєрідним заголовком, а це так чи так витягає на світ Божий інші речі, що стосуються цього денотата. За *Наполеоном* з'являються *Бородіно* й *Ватерлоо*, *Мюрат* і *Ней*, *Франція* і *Париж*, війни, перемоги і кров. Можна сказати образно, що власна назва є клавішею, яка відкриває ціле сховище пам'яті, або вудкою, що витягає з ментального лексикону інформацію. Ця особливість власних назв робить їх важливим чинником загального упорядкування мовного лексикону, а при використанні їх у процесі комунікації породжує для кожної власної назви експліцитний чи імпліцитний лексичний супровід. Можна сказати, що у мовленнєвому ланцюжку кожна включена туди власна назва огорнена фрагментом свого часу й місця.

У другому випадку, коли власна назва не виходить з ментального лексикону для використання, а випадає з нього, забувається, втрачається пам'яттю, маємо справу із зовсім іншим процесом, якому притаманні зовсім інші механізми, інший перебіг й інші результати. Процес забування і причина забування – дуже цікаві і складні когнітивні явища. Головна з причин – прагматична. Забувається те, що стало непотрібним чи малопотрібним (визначення потрібного й непотрібного є суб'єктивним і тому нерідко помилковим), те, що тривалий час не застосовувалося в комунікативних актах власника ментального лексикону. Суспільною причиною забування було

колись і табу, якому нерідко піддавалися також і власні назви. Табу, переважно етичного скерування, існує й тепер, але воно втратило свою обов'язковість і досить легко порушується. У процесах забування чи не найцікавішим є те, що вони переважно не бувають незворотними. Якись оніми, забуті в молодості, можуть пригадатися лише на схилі віку. Із забутого може пригадатися спочатку денотат, а вже потім його назва. Нерідко буває навпаки – пригадується спочатку онім, а за ним слідує денотат. Може пригадатися тільки одна половина зв'язки онім-денотат.

Це явище пригадування забутого містить значну й цікаву інформацію про буття онімів у ментальному лексиконі. Якщо сьогодні забув, а завтра пригадав, то це означає, що онім, хоч він і забувся, не випав з ментального лексикону, а заховався на периферії, може у підсвідомості, і для пошукових систем, якими володіє ментальний лексикон, виявляється неприступним. Процеси постійної внутрішньої концептуалізації та категоризації, особливо – активізовані зовнішніми подразниками, призводять зрештою до того, що нібито забуте раптом впливає на поверхню ментального лексикону, у зону його активної дії.

Процеси забування власних назв, як і процеси використання їх в актах комунікації, дозволяють зробити ряд істотних висновків про організацію ментального лексикону та про його роботу. У цьому зв'язку доречно говорити вже не тільки про когнітивну ономастику, а й про ономастичну когнітологію.

Концептуальне оформлення одержує фактично не весь інформаційний обсяг ментального лексикону, а тільки та його частина, з якою в даний час ментальний лексикон так чи так працює. Образно кажучи, концепти перебувають на поверхні “ментального моря”, а в його глибині розташовані стиснуті, мінімізовані натяки на концепти – схеми чи, інакше, символи концептів, які при потребі видобуваються на поверхню, одержують форми повноцінних концептів і включаються в роботу – обмірковування чи комунікацію. Іншими словами, символи в ментальному лексиконі – це пасивні концепти, а концепти – це активізовані символи. Підкреслимо, що термін **символ** уживається тут у спеціальному, дещо незвичному значенні. Йдеться про **символи**, що є такими тільки в межах конкретного лексикону і становлять форму його організації. У цьому випадку символом концепту стає істотна редукція цього концепту, що і дозволяє вмістити в ментальний лексикон величезну кількість інформації. Концепт, трансформуючись у символ, символізує сам себе. І цей процес редукції (символізації) може заходити так далеко, що людина вже не здатна видобути символ концепту на поверхню ментального лексикону і відбувається забування, яке переважно являє собою тільки ілюзію забування.

Безперервний процес категоризації, що відбувається в ментальному лексиконі, тримає його в активному, робочому стані, а концепти-символи примушує перебувати в постійному русі. Однак це не безладний броунівський рух, а систематизація, упорядкування, утворення нових когнітивних структур (термін Р.Лангакера), тобто нових зв'язків між концептами, які, до речі, в процесі соціолінгвістичного експерименту виходять як реакції на заданий стимул. Зрештою, якщо розглядати наповнення ментального лексикону в його сукупності як своєрідний ментальний контекст, то увесь цей контекст є суто парадигматичним. Отже, контекст кожного концепту в

ментальному лексиконі теж є парадигматичним. Особливо чітко це торкається онімів. Натяки на синтагматичний контекст можуть проявлятися тільки у вияві валентних властивостей.

Ці процеси систематизації інформаційного вмісту ментального лексикону у контакті з об'єктивною дійсністю і під впливом об'єктивної дійсності призводять, окрім уже зазначеного, до двох істотних результатів. Обидва стосуються будь-яких концептів, але ми зосередимо свою увагу на концептах онімічних.

Перший з них – профілювання концептів. Профілювання в розумінні Рональда Лангакера призводить до зміни денотата, а отже в онімії – до появи нового онімічного концепту, пор.а) із збереженням того ж домену: *Іван Франко*, *Іван Котляревський*, *Іван Богун*, *Іван Вишенський*; б) із зміною домену: ім'я *Іван* > прізвище *Іван* (вказане П.Чучкою), ріка *Москва* > місто *Москва*; в) із заміною розряду (фрейму): богиня *Венера* > планета *Венера*, місто *Одеса* > астероїд *Одеса* тощо.

Профілювання в розумінні Єжи Бартмінського не змінює денотат концепту, а отже й сам концепт, але змінює його сприйняття, ставлення до нього, його суспільну оцінку. Разючої динаміки свого сприйняття, кардинального перепрофілювання в просторі і особливо в часі зазнали денотати, позначені антропонімами *Мазепа*, *Троцький*, *Сталін*, *Рейган* тощо, також сакральні денотати, позначені теонімами *Венера*, *Перун*, *Одін*, *Кецалькоатль* та й усі інші назви божеств, вірування в яких відійшло в минуле.

Другий результат систематизації концептуального вмісту ментального лексикону – вибудування онімічних фреймів. Фрейми як поняттєві структури, “засоби організації досвіду й інструменти пізнання” (Ч.Філлмор), на відміну від лексико-семантичних полів (чи груп, систем), мають не тільки і не стільки інтралінгвальні засади, скільки екстралінгвальні, мотивуючись позамовними чинниками, об'єктивною дійсністю, уніфікованими схематизаціями досвіду. Головна прикмета власних назв – ідентифікація одиничних денотатів – нерозривно пов'язує їх з позамовною дійсністю, тим самим надаючи їм фреймових властивостей. За типами денотатів і, відповідно, способами їх пізнання й номінації, оніми шикуються в ментальному лексиконі, за нашими спостереженнями, у дев'ять фреймів: 1) антропонімічний (об'єднує наймення людей), 2) топонімічний (назви географічних об'єктів), 3) теонімічний (онімічні позначення богів, божеств, персонажів релігій та міфологій), 4) ергонімічний (власні назви об'єднань людей), 5) зоонімічний (клички тварин), 6) космонімічний (власні назви небесних тіл, їх об'єднань та їх частин), 7) хрононімічний (наймення подій, чимось визначних часових відрізків), 8) хремотонімічний (власні назви окремих матеріальних об'єктів), 9) ідеонімічний (наймення ідеальних, духовних предметів).

Кожен фрейм складається з кількох субфреймів, що можуть бути позначені також уживаним в когнітології терміном домен. Так, космонімічний фрейм об'єднує такі домени: 1) назви сузір'їв, 2) назви зірок (тут підійшов би термін **астронімія**, якби він не вживався як синонім до фреймового позначення **космонімія**), 3) наймення планет (планетоніми), 4) наймення астероїдів – малих планет, 5) імена супутників планет, 6) назви комет (кометоніми), 7) назви галактик, передусім – нашої, *Чумацького Шляху*, 8) назви деталей поверхні космічних тіл (космотопоніми).

Поза тим, і це для нашої роботи має пріоритетне значення, кожен фрейм ділиться на загальнономовний та індивідуальний фрейми (з наявністю проміжних колективних – суспільних, територіальних тощо – фреймів). Оскільки ментальний лексикон є фактом принципово індивідуальним (один ментальний лексикон належить тільки одній людині, у різних людей – різні ментальні лексикони), то й вивчення ментального буття онімів має бути зосередженим на вивченні індивідуальних онімічних фреймів. Ментальність народу існує, але народного ментального лексикону немає. Мова мозку не виходить за межі мозку. Те, що виходить шляхом перекодування концептів у слова (морфеми, фразеологізми), з потреб комунікації стає вже загальним – українською мовою, англійською мовою тощо. Втім, відблиск індивідуального ментального лексикону лягає на кожен мовленнєвий ланцюжок, а в художній літературі навіть вивчається як ідіолект чи індивідуально-авторський стиль зі своїми особливостями і прикметами.

При всьому цьому існують онімічні фрейми у мові мозку, в індивідуальному ментальному лексиконі. Усі інші мовленнєві й мовні їх прояви є віддзеркаленнями того, що відбувається в ментальних лексиконах носіїв мови. Тому провідним шляхом пізнання форм буття, когніції та функціонування онімів є вивчення індивідуальних онімічних фреймів. Кожен з них має концентричну структуру, зосереджену навколо певного **Я** власника ментального лексикону і включає не менше чорирьох кіл. З долею умовності розрізняємо їх, якщо орієнтуватися на антропонімічний фрейм, на: 1) **ти**-коло (рідня, друзі, найближчі люди), а в інших фреймах – усе найближче: мала батьківщина, найближче оточення, рідна релігія, улюблені твори, предмети, події); 2) **ви**-коло (особисто знайомі люди, щодо інших фреймів – знайомі місцевості, організації, колишні вірування свого народу, усе те, що людина бачила, відвідувала, чула, читала); 3) **вони**-коло (відомі людині історичні особи і взагалі вся та онімічна інформація, що є в ментальному лексиконі без особистого знайомства людини з денотатом; на цьому рівні можемо, як у топонімії, ергонімії, ідеонімії, виділити не одне, а декілька кіл); 4) коло невідомості (наймення тих людей, місцевостей, богів, тварин, організацій, предметів, явищ, подій тощо, які в даному ментальному лексиконі відсутні). Коло невідомості включаємо до індивідуального онімічного фрейму як потенційне, тому що воно є джерелом когніції і перебуває в тісних і щільних зв'язках з групами онімів, які в ментальному лексиконі наявні. Щось стає відомим, увіходячи до ментального лексикону, щось, навпаки, забувається (тимчасово або назавжди) і виходить у коло невідомості.

Професійна, суспільна, вікова, територіальна людська спільнота з прагматичних потреб, єдності зацікавлень і просто шляхом обміну інформацією веде до витворення колегіальних ментальних лексиконів. Якщо бути точним, то ментальний лексикон завжди залишається індивідуальним, однак спільні інтереси людей виробляють і значну спільність (але ніколи не тотожність) їх ментальних лексиконів. Приміром, письменники та художники разом з літературознавцями й мистецтвознавцями володіють значно обсяжнішими ідеонімічними фреймами, ніж інші люди. Колегіальний онімічний фрейм складається шляхом сув'язі, узгодження, “притирання” індивідуальних фреймів один до одного.

Так само витворюються загальномовні онімічні фрейми, спільності яких сприяє єдність мови й національних інтересів, але й тут, звісно, на Волині й Одещині онімічні фрейми в межах української мови розрізняються між собою більше, ніж у складі самих волинян або одеситів. Так само в межах англійської мови онімічні фрейми шотландців або валійців є більш поєднаними, ніж поміж Шотландією й Уельсом. Єдності онімічних фреймів у громадян Великобританії і США взагалі не існує, оскільки тут при наявності мовної спільності маємо справу з різними націями і, відповідно, національними інтересами.

Говорячи про спільність різних ментальних лексиконів, не слід забувати про ще один чинник, чи не найважливіший. Ментальний лексикон дитини наповнюється передусім шляхом засвоєння інформації від найближчого оточення: батьків, старших братів та сестер – від родини. Це значною мірою визначає його родинну спільність – спільність першого кола. Ментальний лексикон формується у родині, але він там не витворюється. Дитина вже народжується з ментальним лексиконом, який спочатку є суціль невербальним. З розвитком дитини він усе більше вербалізується, але й надалі залишається така ситуація, що невербальних складників ментального лексикону найбільше у першому колі, в другому їх значно менше (але вони там є), у третьому їх практично немає. При цьому для проблематики саме ономастичної є істотною відома думка, що дитина усі назви сприймає і вживає як власні, а потім уже приходять розщеплення їх на власні та загальні. Тут, можна думати, онтогенез є віддзеркаленням філогенезу: саме так розвивалися стосунки онімів та апелятивів в розвитку людства. Усі власні назви, як відомо, є вторинними, утвореними в кінцевому рахунку від апелятивів. Однак це – тепер, це у видимій нам історії. У процесі виникнення мови назви сприймалися як власні: так зрозуміліше, конкретніше. Загальна назва потребує абстрагування, до якого треба ще дорости. Розділення перших слів, принципово онімічних, на загальні та власні призвело до: а) перетворення колишніх назв, що розумілися як власні, у назви загальні; б) зайняття загальними назвами як виразниками основних, життєво вагомих речей та явищ основного місця в ментальному лексиконі; в) усвідомлення сутності власних назв як найменш одиничних і тим самим виняткових речей та явищ; г) осмислення власних назв як вторинних, похідних від назв загальних.

Як колегіальний, так і етнічний (національний) онімічні фрейми вже не мають концентричної структури і не групуються навколо певного **Я** чи **Ми**. Колегіальні онімічні фрейми можна розглядати як предметоцентричні, а мовні – як етноцентричні. Проте їх структуру варто визначити як радіальну. Ланцюжки онімів за ступенем відомості йдуть від центру до периферії. Центр і периферію мають усі колективні фрейми, причому поділ їх є статистичним: до центру належать оніми, які відомі не менш як половині членів даного колективу чи носіїв даної мови. Периферію складають оніми, знані меншості певної спільноти. Оніми входять до складу даного мовного (чи колегіального) фрейму, якщо ними володіє хоча б мінімальна кількість людей, належних до цієї групи. Онім не існує в певній мові, якщо його не знає жоден носій цієї мови.

Семантичне наповнення оніма в ментальному лексиконі найліпше виявляється шляхом асоціативного експерименту. Значення кожного оніма (взагалі кожної лексеми) можна подати у

вигляді асоціативного поля, систематизуючи реакції-асоціації на цей онім (лексему). Скільки б не було учасників експерименту (реципієнтів), у їх реакціях, якщо вони є носіями однієї мови, практично завжди буде щось спільне і щось відмінне. Спільне належить загальномовному фреймові або фреймові колегіальному. Передусім це перша десятка найчастотніших асоціацій. Нижня частина асоціативного поля – асоціації, що трапилися один-два рази, - належить до індивідуального фрейму. Існування загальномовного, колегіального та індивідуального фреймів доводиться шляхом асоціативних експериментів із стовідсотковою точністю. Наявність чи відсутність оніма в ментальному лексиконі окремого реципієнта одним асоціативним експериментом встановити досить важко. Для того від кожного реципієнта треба одержати серію асоціацій на один стимул і їх окремо проаналізувати.

Специфіка онімічного асоціативного поля порівняно з апелятивним полягає в тому, що тут майже завжди маємо пошуки денотата (онім вказує тільки на один денотат, але претендентів з назвами-омонімами, особливо серед антропонімів та зоонімів, може бути багато) і значний вміст асоціатив-онімів (одиничне пригягає до себе такі ж асоціації). Асоціативні онімічні поля дозволяють також розмежувати різні онімічні розряди. Так, серед антропонімів найчастіше трапляються асоціації-синоніми (антропоніми *Шевченко* і *Тарас* називають одну людину – отже, це синоніми, причому синоніми синтагматичні, пор. *Тарас Шевченко*, при парадигматичних синонімах *Шевченко* і *Кобзар*), серед топонімів – асоціації, що називають ціле, частиною якого є стимул (*Київ – Україна, Париж – Франція*), серед астронімів, теонімів, зоонімів та хрононімів найпопулярніші асоціації – гіпероніми (*Юпітер – планета, Зевс – бог, Мухтар – собака, Ватерлоо – битва*). Взагалі, для докладного з'ясування буття онімів у ментальному лексиконі асоціативні експерименти і укладені на їх базі онімічні асоціативні словники украй потрібні. Їх укладання – одне з невідкладних завдань когнітивної ономастики.

Сутність і функціонування ментального лексикону, склад і форми існування його одиниць, збереження, трансформації і взаємодія цих одиниць, зокрема одиниць онімічних, тільки почали відкривати перед наукою свої таємниці. Вагомість когніції людської когніції ще як слід не усвідомлена. Адже це – глобальна й корінна проблема когнітивної науки, когнітивної лінгвістики і в тому числі когнітивної ономастики. У руслі нашої проблематики вже тепер можна висновувати, що власні назви в ментальному лексиконі відіграють значно істотнішу роль, ніж у мові та мовленні. Вони не просто є в ментальному лексиконі у великій кількості (як правило, їх там більше, ніж загальних назв). Стаючи, подібно до всіх одиниць ментального лексикону, концептами в активній чи в пасивній формі, вони слугують організаторами ментального лексикону, координаторами ментальної картини світу, шифрами інформаційних скриньок пам'яті і засобами виведення вмісту цих скриньок у мовлення і в мову.

Карпенко Е.Ю.

**Когнитивная ономастика как новое направление исследования собственных имен**



Очерчены основные проблемы когнитивной ономастики, среди которых ведущей является изучение бытия собственных имен в ментальном лексиконе. Онимы в языке мозга становятся концептами – активными, с которыми ведется в данное время ментальная работа, и пассивными, спрятанными в глубинах памяти. В пределах ментального лексикона онимические концепты: 1) служат организаторами этого лексикона; 2) формируются во фреймы; 3) подвергаются категоризации, трансформации и профилированию.

**Ключевые слова:** когнитивная ономастика, онимический концепт, онимический фрейм, концептуализация, категоризация, трансформация, профилирование.

Карпенко Е.

### **Cognitive Onomastics as a New Direction of Proper Names' Investigation**

The present article outlines the main problems of cognitive onomastics, among which the most essential is the investigation of proper names' existence in mental lexicon. Onyms in the language of the mind become concepts – active, with which certain mental work is carried out at the exact moment, and passive, hidden in the memory depths. Within mental lexicon onymic concepts: 1) become organisers of this lexicon; 2) are formed into frames; 3) are subject to categorization, transformation and profiling.

**Key words:** cognitive onomastics, onymic concept, onymic frame, conceptualization, categorization, transformation, profiling.

«Филологические исследования», вып. 8, 2006, с. ??-???