

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

імені Тараса Шевченка

КАРПЕНКО ОЛЕНА ЮРІЇВНА

УДК 81'373.231:165.194(043.3)

**КОГНІТИВНА ОНОМАСТИКА
ЯК НАПРЯМОК ПІЗНАННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ**

Спеціальність 10.02.15 – загальне мовознавство

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня

доктора філологічних наук

Київ – 2006

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі лексикології та стилістики англійської мови Одеського національного університету ім.І.І.Мечникова

Науковий консультант доктор філологічних наук, професор
КОЛЕГАЄВА Ірина Михайлівна,
Одеський національний університет
ім.І.І.Мечникова, завідувач кафедри лексикології
та стилістики англійської мови

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
ОТІН Євген Степанович,
Донецький національний університет,
завідувач кафедри загального мовознавства
та історії мови

доктор філологічних наук, професор
ТАРАНЕНКО Олександр Онисимович,
Київський національний лінгвістичний університет,
завідувач кафедри загального та українського мовознавства

доктор філологічних наук, доцент
МОСЕНКІС Юрій Леонідович,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
доцент кафедри сучасної української мови

Провідна установа Інститут мовознавства ім.О.О.Потебні НАН України
(відділ загального мовознавства)

Захист відбудеться “__” _____ 2007 р. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д26.001.19 з захисту дисертацій Київського національного університету імені Тараса Шевченка. (01033, Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14).

Із дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Київського національного університету імені М.О.Максимовича (01033, Київ, вул. Володимирська, 58).

Автореферат розіслано “__” _____ 200__р.

Учений секретар спеціалізованої вченої ради,
кандидат філол.наук, доцент

Л.П.Гнатюк

Загальна характеристика роботи

Ономастика дійшла визначних здобутків, особливо в галузі етимології та етноісторичної реконструкції. У цій царині маємо вже солідний досвід, лише у східних слов'ян представлений вагомими працями А.Білецького, В.Бондалетова, Д.Бучка, В.Горпинича, І.Железняк, Р.Козлової, О.Купчинського, В.Лучика, О.Матвєєва, С.Медвідь-Пахомової, А.Непокупного, В.Никонова, Є.Отіна, Ю.Редька, О.Стрижака, О.Суперанської, О.Трубачова, Б.Успенського, І.Фаріон, М.Худаша, П.Чучки, В.Шульгача. Істотних результатів досягла літературна ономастика. Тут маємо вартісні праці Л.Колоколової, Е.Магазаника, В.Михайлова, О.Фонякової. Особливо слід відзначити праці Л.Белея та В.Калінкіна, що першими захистили докторські дисертації з літературної ономастики й опублікували по дві монографії.

Когнітивна лінгвістика, стрімко утверджуючися в усьому світі, передусім в США, прогресує і в українському мовознавстві, у тому числі в працях Н.Бардіної, Л.Белєхової, О.Воробйової, С.Жаботинської, В.Жайворонка, В.Іващенко, Т.Ковалевської, Т.Космеди, Н.Слухай, М.Кочергана, М.Полюжина, Т.Радзієвської, О.Селіванової, Л.Шевченко, Г.Яворської та ін. Однак серйозних пересічень саме когнітивної лінгвістики та ономастики ні в нас, ні за кордоном фактично ще не відбулося. Зустріч цих двох лінгвістичних наук (парадигм) наразі не матеріалізувалася.

Одна із спроб такої матеріалізації пропонується в даній дисертації. Можна сказати, що термін **когнітивна ономастика** вже існує, але його наповнення, його проблематика та шляхи розв'язання цієї проблематики не встановлені, а навіть (переважно) і не сформульовані. У формулюванні та спробах розв'язання проблем когнітивної ономастики полягає **актуальність** нашого дослідження.

У зв'язку з таким по суті зародковим станом когнітивної ономастики докладніше зупинимося, дещо порушуючи традиційний порядок загальної характеристики дисертації, на її **науковій новизні**.

Наша робота ґрунтується на когнітивній концепції, що мова реально існує не в мовленні (там вона проявляється), не в лінгвістичних працях та словниках (там вона описується), а в людській свідомості, у ментальному лексиконі, у мові мозку. Єдність мови при окремішності ментального лексикону кожного її носія не заперечує, а підтверджує цю тезу. Єдність мови, з часом усе глобальніша, з'являється з настійної потреби спілкування та взаєморозуміння. Ця потреба призводить і до збагачення, і до уодностайнення кожного ментального лексикону. Це уодностайнення ніколи не буває стовідсотковим.

Мова у ментальному лексиконі існує у вигляді концептів, що там зберігаються, функціонують, а при комунікативній потребі перекодовуються в слова, словосполучення,

тексти. Концепт і слово не є тотожними речами. Концепт, одиниця ментального лексикону, є ширшим і обсяжнішим, ніж слово, одиниця мовлення і включеної до нього мови. Адже концепт, на відміну від слова, має, як правило, і невербальний компонент, і індивідуальне, ідіолектне наповнення.

Усе сказане стосується і власних назв, які в ментальному лексиконі зберігаються як концепти. При цьому власні назви завдяки своїм особливостям (передусім наявності одиничного носія, що детермінує граничну конкретність оніма) у ментальному лексиконі відіграють вагомую організуючу роль, яку ми й намагаємося розкрити. Оніми-концепти безпосередньо спостерігати не можна, бо вони знаходяться у ментальному лексиконі.

Таким чином, **об'єктом** нашого дослідження є власні назви у всій їх сукупності та багатоманітності. **Предметом** же дисертації стало буття власних назв у ментальному лексиконі, що й становить головну проблему когнітивної ономастики.

Зв'язок дисертації з науковими програмами, темами. Дисертацію виконано в межах наукової теми кафедри лексикології та стилістики англійської мови факультету романо-германської філології Одеського національного університету ім.І.І.Мечникова “Варіативність англійської мови в когнітологічних аспектах”, номер державної реєстрації 02071091.

Метою дисертації є визначення, розгляд та пошуки шляхів розв'язання проблематики когнітивної ономастики, аналіз і застосування придатних для цього методів, а також уточнення термінологічних питань цієї ономастичної галузі знання. Щоб досягнути цієї мети, потрібно вирішити наступні **завдання**:

- встановити, якими є механізми, форми й трансформації власних назв у процесі їх пізнання (чи створення) людиною;
- з'ясувати способи й форми буття та функціонування власних назв у ментальному лексиконі;
- визначити й застосувати методи, що виявляються результативними в розв'язанні проблематики когнітивної ономастики;
- розібратися в сутності концептів як панівної форми будь-якої інформації, що перебуває в мозку, і визначити специфіку онімічних концептів;
- вивчити форми сприйняття, творення, зберігання, відтворення (виходу в мовлення) та втрати онімічних концептів ментальним лексиконом;
- узагальнити процеси профілювання онімічних концептів – як із заміною денотатів, так і без такої заміни;
- схарактеризувати роль онімічних концептів як організаторів і координаторів ментальної (концептуальної) картини світу;

- проаналізувати фреймове групування власних назв та його обґрунтування і його поділ на: а) субфрейми чи домени; б) індивідуальні, колективні (колегіальні) та загальномовні фрейми; в) реальні, віртуальні й сакральні їх компоненти (скрипти);
- розглянути й обґрунтувати принципову відмінність організації індивідуальних (концентрична структура) та загальних (радіальна структура) онімічних фреймів;
- виконати асоціативні експерименти і зокрема укласти асоціативний онімічний словник, що дозволяє з'ясувати семантичне наповнення онімів у ментальному лексиконі і розмежувати в цьому наповненні загальне та індивідуальне;
- переглянути й при потребі уточнити чи конкретизувати термінологію когнітивної ономастики.

Матеріалами роботи слугували різнотипні власні назви усіх існуючих розрядів, переважно вжиті в контекстах художньої літератури та ЗМІ (газети, журнали, телебачення, інтернет), а також узяті зі словників. Зокрема опрацьовано шість асоціативних словників – три українські, два російські і один англійський. Матеріали залучалися, в основному, з англійської та української мов, але використано також дані російської, польської, німецької, індійської, арабської онімії.

Методи дослідження добиралися відповідно до проблематики роботи, адже ми досліджуємо не просто оніми, а онімічні концепти. Концепти фактично знаходяться тільки в мові мозку, у ментальному лексиконі, звідки виходять у мовлення в трансформованому вигляді, перекодовуючись у слова чи словосполучення. Вивчати ментальне буття онімів можна лише за принципом чорного ящика – спостерігаючи вхід і, особливо, вихід – акти мовлення. Для дослідника тут, по суті, лишається три шляхи:

1) Аналіз актів мовлення (ми користуємося переважно друківаними текстами, передусім художніми), що породжуються поєднанням концептів: ланцюжки слів дозволяють судити про концепти, що їх утворили. У мовця (автора) спостерігаємо вихід: концепти стають мовленнєвими одиницями – словами. У слухача (читача) маємо вхід: мовленнєві одиниці концептуалізуються, перекодовуються в концепти. Закодований адресантом ланцюжок концептів практично ніколи не виявляється тотожним тому, що відтворюється в ментальному лексиконі адресата, хоч прагматика комунікації знешкоджує надто великі нетотожності. В усіх цих когнітивно-комунікативних процесах оніми мають свою специфіку і свої функції, що розглядаються в нашій роботі.

2) Асоціативний експеримент, за яким реакції реципієнтів на онім-стимул дозволяють окреслити як загальномовне, так і суб'єктивне наповнення цього оніма в ментальності етносу і ментальному лексиконі індивіда.

3) Третій шлях долучає до названих спостереження і особливо самоспостереження.

Свій власний ментальний лексикон дослідник може вивчати всебічно. Найбільш перспективними виявилися спостереження над власною пам'яттю та її функціонуванням.

Звичайно, просування кожним з цих трьох шляхів вимагало звернення до традиційних у мовознавстві методів – описового, кількісного (кількісні параметри в когнітивній ономастиці виявилися дуже вагомими, у багатьох випадках – визначальними), зіставного, чи порівняльного. Практично постійно ми користувалися також системним аналізом.

Теоретична цінність роботи полягає в спробі побудови нового напрямку ономастики – когнітивного, у послідовному застосуванні засад когнітивної лінгвістики до вивчення власних назв. Визначено й обгрунтовано основні проблеми когнітивної ономастики: 1) буття власних назв у ментальному лексиконі; 2) форми концептуалізації власних назв; 3) форми та функції онімічних концептів у мові мозку; 4) способи організації онімічних концептів у онімічні фрейми на ґрунті уніфікованих конструкцій знань про їх зв'язки з позамовними носіями; 5) розмежування онімічних фреймів відповідно до розмежування їх денотатів; 6) розмежування онімічних фреймів на індивідуальні та загальномовні і шляхи такого розмежування; 7) обгрунтування концентричної організації індивідуальних онімічних фреймів та етноцентричної й радіальної організації загальномовних онімічних фреймів; 8) асоціативний характер семантичного наповнення онімічних концептів; 9) встановлення типів асоціативної ідентифікації онімічних концептів; 10) віднайдення шляхів для роботи з усіма цими проблемами і зрештою – до їх розв'язання чи принаймні певного висвітлення, тобто, інакше кажучи, побудова методики, методів дослідження в когнітивній ономастиці. Автор так чи інакше розглянув кожну з названих проблем, проаналізувавши відповідний фактичний матеріал і дотичні погляди вчених, сформулювавши свою концепцію і запропонувавши своє розв'язання. Зрозуміло, що це – тільки початок, і робота над кожною з проблем, а також і саме формулювання проблем когнітивної ономастики має бути продовженим.

Практичне значення дослідження зумовлюється передусім тим, що когнітивна ономастика не може не продовжувати свого становлення, зміцнення й розвитку. Це – веління часу, веління нинішнього стану динаміки гуманітарних наук, куди владно прийшла когнітивістика. В цьому розвитку наша робота стане в нагоді всім ономастам, що реалізовуватимуть когнітивні підходи до власних назв. Поза тим виявлені в дисертації особливості ментального буття власних назв дозволяють ставити питання про ономастичну когнітологію, оскільки оніми конкретизують, уточнюють деякі загальні проблеми когнітивної науки, а саме проблеми когніції, пам'яті, форм існування концептів у ментальному лексиконі та організації ментального лексикону.

Крім цього наукового скерування практичної користі вона має й скерування учбове. Робота може бути використана в розробках та лекційних курсах з спеціального (передусім у межах англістики та україністики) та загального мовознавства, психолінгвістики, в ономастичних спецкурсах. Робота знайшла практичне застосування в спецкурсі з когнітивної ономастики, що читається автором в Одеському національному університеті.

Особистий внесок дисертанта. Дослідження виконане автором самостійно. Автор провів усі підготовчі роботи (збір матеріалу, асоціативні експерименти та опрацювання літератури по темі), виконав систематизацію та інтерпретацію одержаних результатів і описав усе це в пропонованій дисертації. Усі публікації автора є самостійними, без співавторів. При обговоренні окремих проблем дисертації на наукових конференціях, у бесідах з науковим консультантом професором І.М.Колегаєвою та колегами автор одержав чимало порад та уточнень, за що висловлює сердечну вдячність.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дисертації доповідалися автором на вісьмох наукових конференціях: Третій Міжнародній науковій конференції “Актуальні проблеми менталінгвістики” в Черкасах (2003 р.), Десятій Всеукраїнській ономастичній конференції “Українська ономастика на порозі III тисячоліття: стан і перспективи розвитку” в Тернополі (2003 р.), Тринадцятій Міжнародній науковій конференції ім. Сергія Бураго “Мова і культура” в Києві (2004 р.), Міжнародній науково-практичній конференції “Сучасна лінгвістика в Україні і світі: здобутки, перспективи” в Херсоні (2005 р.), Міжнародній ономастичній конференції “Традиційне та нове у вивченні власних назв” у Донецьку (2005 р.), а також на 57-ій, 58-ій та 60-ій звітних наукових конференціях професорсько-викладацького складу в Одеському національному університеті (2002, 2003, 2005 рр.). Основні положення дисертації викладено в монографії та 23 статтях, що опубліковані в наукових фахових виданнях.

Структура дисертації. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури і джерел (578 позицій). Загальний обсяг дисертації – 416 сторінок, з яких текст дисертації займає 370 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У “Вступі” стисло розкривається актуальність дослідження та його наукова новизна, формулюється мета й завдання роботи, окреслюються використані методи, теоретична цінність праці (сформульовано десять проблем, що видаються основними для когнітивної ономастики) та її практичне значення.

Перший розділ “Власні назви як концепти” присвячений сходженню ономастики й когнітивної лінгвістики у кінці ХХ – на початку ХХІ ст. 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. Як і взагалі ономастика є дуже специфічною сферою в складі мовознавства, так і когнітивна ономастика виявляє багато своєрідності у межах когнітивної лінгвістики завдяки таким фундаментальним специфічним прикметам онімів, як: 1) їх величезна кількість (власних назв у кожній мові є мінімум у тисячу разів більше, ніж загальних); 2) їх однореферентність (кожна власна назва має тільки одного носія) та 3) відсутність у них семантичного дна (власна назва не виражає поняття, а отже й не має семантичних обмежень: уся інформація про денотат охоплюється його назвою, що слугує фактично завжди заголовком усього семантичного обсягу даного конкретного денотата).

У зв’язку з цими особливостями власних назв виникають теоретично цікаві питання: 1) як ментальний лексикон справляється з такими величезними кількостями онімів, 2) як кодується й трансформується в мові мозку концепт з одним-єдиним референтом, 3) як власні назви взаємодіють, пов’язуються в межах ментального лексикону з іншими його складниками?

Інтерпретація першої з цих проблем (інтерпретація попередня, робоча) полягає в наступному. Пам’ять є когнітивною здатністю “утримувати в голові інформацію про світ і про самого себе [...], накопичувати й систематизувати всі відомості, що прийшли до людини різними каналами, і до певної міри інтегрувати їх у єдину систему для спрощення оперування та маніпулювання наявною інформацією” (О.Кубрякова). Пам’ять, отже, є ключовим поняттям всієї когнітивної науки, але поряд з пам’яттю існує забування, випадіння інформації з пам’яті. Це – теж вагома когнітивна здатність. Ця здатність має багато ступенів та форм, що потребують когнітивного вивчення. Щось із свідомості спускається у підсвідомість і там довго затримується, але оперувати ним людина не може без трансформації вже не відомостей, а самого мозку (психологічний шок, старість тощо). Щось забувається, залишаючи по собі пам’ять про колишнє знання, а щось забувається безповоротно. Як зауважив Д.Карнегі, “Швидкість, з якою ми забуваємо, просто дивовижна”. Саме забування й дозволяє мозкові упоратися з безмежною кількістю власних назв. Для

розвитку ментального лексикону потрібне не лише пізнання і входження нових концептів, а й відхід, забування тих, що стали зайвими.

Друга проблема вирішується важче, але тільки тому, що взагалі механізми репрезентації та перекодування будь-яких концептів у ментальному лексиконі наразі з'ясовані ще погано. Пропонуємо, із зануренням в ономастичну специфіку, наступну інтерпретацію, зазначивши при цьому, що власна назва, маючи тільки одного носія, якраз і є важливим механізмом репрезентації безмежного буття у так чи так обмеженому ментальному лексиконі. Адже власна назва є фактично заголовком, символом свого носія. Не тільки, приміром, “Гамлет” є заголовком драми Шекспіра, а й онім *Київ* є заголовком, позначенням столиці України, що вміщує (може вмістити!) всю величезну інформацію про це місто.

Говорячи про трансформацію онімів, спостерігаємо два різні явища. Одне – переінакшення або повна заміна існуючого оніма в мові чи певному тексті. Класичний, хрестоматійний приклад – рос. *Волконский* – *Болконский* у Л.М.Толстого, докладно описаний і обґрунтований ним самим. Пор. також повні заміни антропонімів (псевдоніми тощо), перейменування (згадаймо численні заміни назв міст і вулиць за радянських часів). Зовсім іншу трансформацію – уже не звучання оніма, а форми існування – спостерігаємо при його входженні з мовлення у ментальний лексикон і, навпаки, при виході з ментального лексикону в мовлення. Входячи в мову мозку, онім стає концептом, а при виході з неї – знову словом або словосполученням.

Тут маємо зупинитися на понятті **концепт** – найпопулярнішому терміні когнітивного мовознавства, розумінь якого налічується багато. У широкому діапазоні від ототожнення з поняттям до невербальних патернів існує принаймні кількадесят різнотлумачень. Не вдаючися до їх розгляду в авторефераті, зазначимо, що розуміємо концепти як одиниці збереження інформації в ментальному лексиконі. Більш-менш чітко виражена одиниця інформації у процесі людського мислення формується в концепт. Концепти поєднують вербальні і невербальні складники і за межі ментального лексикону вийти не можуть. Для такого виходу вони мають трансформуватися в мовні одиниці (від морфеми до речення, але найчастіше – в слово). 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. Таким чином, “одиниці думки й мовлення не збігаються” (Л.Виготський), і для розуміння терміна **концепт** треба не плутати його зі словом.

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. Все, 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. Так, усі історичні процеси, пов'язані з діяльністю визначного завойовника, французького імператора Наполеона, входять у нашу пам'ять передусім через ім'я *Наполеон*, що слугує ніби клавішею, натискуючи на яку, ми розкриваємо одне із сховищ пам'яті, щоб чимось його наповнити або, навпаки, щось звідти взяти. Окремі “полички” цього ментального сховища теж мають свої ярлики – оніми, наприклад *Корсика, Єгипет, Жозефіна, Трафальгар, Бородіно, Кутузов, Битва народів, острів Ельба, “Сто днів”, Ватерлоо, Веллінгтон, острів Св. Олени*. У метафоричному ключі можна зіставити роль онімічних концептів при переробці інформації з вудкою, що витягає інформаційну рибу для комунікації, а при її обробці – з цвяхом, на який вішають інформацію для її збереження в пам'яті. Ці зіставлення визначають неабияку роль власних назв для ментального лексикону і для побудови концептуальної картини світу.

За всіма цими метафорами стоїть когнітивна сутність власних назв: вони використовуються ментальним лексиконом як зручна тара для збереження в малому обсязі великої інформації. Ментальний лексикон – це апарат, що працює з активними концептами і сховище, що зберігає пасивні концепти. Механізм, який приводить у дію цей апарат і впорядковує сховище пам'яті в складі ментального лексикону, прийнято називати мовою мозку. Усі ці аспекти значною мірою пов'язані з власними назвами.

Зі сказаного випливає відповідь і на третє з поставлених вище теоретичних питань когнітивної ономастики. Онімічні концепти пов'язуються з іншими складниками ментального лексикону як їх упорядники й організатори. Можна твердити, що власні назви оптимізують роботу ментального лексикону й підвищують його ефективність.

Узагальнюючи викладене, можна сказати так. У мові та її використанні, тобто в комунікації, власні назви є необхідним, обов'язковим компонентом. У художньому творі, у поетичному мовленні функціональне навантаження власних назв помітно збільшується. У мові ж мозку, у ментальному лексиконі організаційна роль, функціональна вагомість власних назв стає ще більшою. Власне кажучи, найвагомішою видається роль власних назв у процесі запам'ятовування і, відповідно, згадування. Меншою, але теж важливою є робота онімів під час формування та формулювання думки, а відтак – комунікації, усного та

писемного спілкування. Ще меншу, однак теж досить помітну навантаженість власні назви мають при сприйнятті та розумінні тексту.

Розглянувши функції, роль онімічних концептів у ментальному лексиконі, слід приділити увагу формам існування, буття їх 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.

Концептуалізація й категоризація – це різні когнітивні процеси, але вони тісно пов'язані між собою. Щоб сформувати з пізнаної інформації концепт, треба: а) зіставити новий результат когніції з уже наявними в ментальному лексиконі концептами; б) встановити, увіходить цей результат в якийсь наявний концепт чи вимагає окремої концептуалізації, формування нового концепту; в) у випадку побудови нового концепту віднайти його місце, тобто включити в групу найближчих за змістом концептів. У випадку власних назв це означає уведення до певного фрейму та його домену. В усіх цих трьох ментальних операціях концептуалізація діє одночасно з категоризацією.

Р.Лангакер настійно підкреслює семантичну сутність концептуалізації: “Значення прирівнюється до концептуалізації (у найширшому сенсі); семантичні структури, таким чином, є концептуалізаціями, побудуваннями у відповідності до лінгвістичної конвенції”. Отже, семантика над усе. У власних назвах семантика – це їх вказівка на певний конкретний предмет, явище, особу. Від цього залежить і специфіка онімічного складу в ментальному лексиконі. У різних людей онімічні концепти є: 1) досить різними, збігаючися лише частково; 2) наявні у різних ментальних лексиконах онімічні концепти розрізняються а) їх оцінкою; б) ступенем знань про відповідний денотат. Можемо сказати, що семантична насиченість онімів відрізняється від людини до людини. Будь-яка інформація про об'єкт увіходить до семантики його назви, але концептуалізатор для цього має володіти тою інформацією. Тут можлива безліч рівнів семантичної наповненості. Ю.Степанов виділяє їх тільки три: 1) поверхневий рівень – знання тільки самого оніма та його ознаки; 2) середній рівень – знання додаткових, конкретизуючих прикмет; 3) глибинний рівень: у Ю.Степанова – це знання внутрішньої форми, однак сюди долучається й докладне знання відповідного денотата. Приміром, антропоніми *Тарас Шевченко* чи *Ліна Костенко* містять у собі всю інформацію про цих українських поетів, якою володіє дана людина. Це може бути, за

групуванням Ю.Степанова, і всі три компоненти, і два, і один – хто скільки їх має в своєму ментальному лексиконі.

Онім у ментальному лексиконі не залишається семантично незмінним. Зазнаючи концептуалізації в процесі розмірковувань, підсвідомої обробки та впливу зовнішньої інформації, онімічні концепти зазнають більших чи менших змін своєї семантики і свого емоційного забарвлення. Когнітивісти називають це явище профілюванням. Особливо частим і помітним таке профілювання є в онімів, а серед них – антропонімів. У нашій, українській антропоформулі, як і в антропонімії інших мов, ім'я є значно ближчим, інтимнішим, ніж прізвище. Іменем називають близьких людей: мати – своїх дітей, чоловік – жінку, друзі – один одного. Перехід з прізвища на ім'я – знак зближення, істотного поліпшення стосунків. Прізвище та ім'я одної людини є виразником одного концепту. Перехід з прізвища на ім'я – ознака фундаментального профілювання цього концепту.

В цілому можемо висновувати, що застосування методів і принципів когнітивної лінгвістики до вивчення власних назв дозволяє: 1) глибше й докладніше з'ясувати сутність власних назв як мовного явища; 2) відкрити нові аспекти, нові напрямки дослідження онімів, зокрема з'ясувати їх буття в ментальному лексиконі; 3) встановити не тільки роль когнітології у висвітленні цілого ряду суто ономастичних проблем, а й вагомість включення онімічного матеріалу для розв'язання власне когнітивних проблем, зокрема уточнення механізму когнітивної обробки та переробки інформації, де оніми відіграють дуже вагомую роль, слугуючи вмістилищами великих обсягів мовної, енциклопедичної та невербальної інформації.

У другому розділі “**Концептуалізація та ментальна реалізація онімічних розрядів**” аналізуються й обґрунтовуються засади існування та поєднання онімічних концептів у ментальному лексиконі. 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** для когнітивної ономастики є не менш вагомим, ніж термін **концепт**. Цей термін також має багато різнотлумачень, але для ономастичних потреб найпридатнішою видається теорія Чарлза Філлмора, який розуміє фрейми як поняттєві основи, поняттєві структури, “засоби організації досвіду й інструменти пізнання”. Учасників об'єднання “утримує разом те, що вони мотивуються, визначаються і взаємно структуруються особливими уніфікованими конструкціями знання чи пов'язаними схематизаціями досвіду, для яких можна використати загальний термін *фрейм*” (Ч.Філлмор).

Концепції системи або поля орієнтовані на внутрішньомовні зв'язки, однак для розуміння організації ментального лексикону таких зв'язків недостатньо. Існування онімічних (і так само апелятивних) концептів у людській свідомості є неможливим без їх

зв'язку і їх зумовленості об'єктивною дійсністю, позамовними реаліями – “особливими уніфікованими конструкціями знання”. Власне, різниця між польовим підходом Йоста Тріра та підходом фреймовим “визначається тим, де концентрується пошук структури – в мовній системі чи за її межами” (Ч.Філлмор).

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 того, 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. Усередині одного розряду власні назви виявляють функціональну подібність, що зумовлена типологічною подібністю їх денотатів.

На цій основі можемо виділити в межах мови відповідно до розряду денотатів (О.Суперанська), що номінуються: антропонімічний фрейм (об'єднує іменування людей), топонімічний фрейм (сукупність власних географічних назв), теонімічний фрейм (власні назви богів, божеств, розмаїтих демонів), ергонімічний фрейм (власні назви різних виробничих, суспільних, ідеологічних, конфесійних об'єднань людей), зоонімічний фрейм (клички тварин), космонімічний фрейм (власні назви природних космічних об'єктів та частин їх поверхні), хрононімічний фрейм (власні назви подій, часових відрізків), хрематонімічний фрейм (власні назви матеріальних предметів, що, на відміну від географічних об'єктів, не є елементами земної поверхні і можуть змінювати своє місцеположення), ідеонімічний фрейм (власні назви духовних предметів – творів письменників та інших митців). Назви різних розрядів предметів та істот, що одержують власні назви, як і сама кількість цих розрядів не збігаються у різних ономастів, хоч загалом тут уже маємо значний прогрес порівняно із станом 20-річної давності.

Виділення онімічних фреймів за розрядами денотатів одразу ставить перед нами три пов'язані з таким поділом проблеми.

1. Онімічні системи, зокрема топонімічні, серед фахівців прийнято виділяти в межах одної мови за територіями їх поширення, наприклад у межах української мови топонімічна система Буковини, топонімічна система Одещини, антропонімічна система Полтавщини, антропонімічна система Гуцульщини тощо. Що ж торкається онімічних фреймів, то можна впевнено твердити, що в межах мови існує один антропонімічний фрейм, один топонімічний фрейм і т.д. Це зумовлюється передусім двома чинниками: а) екстралінгвальні фактори

виділення онімічних фреймів, прийняті в межах одної мови, кардинальних розбіжностей на різних територіях поширення цієї мови не мають. Це переконує, що онімічні фрейми є екстралінгвальними – на відміну від онімічних систем, які мають досить виразні інтралінгвальні розбіжності, а тому й прив'язані до певних територій, що історично сформувалися; б) онімічні фрейми існують у головах людей, у ментальних лексиконах, а не в словниках чи на тих територіях, де знаходяться відповідні денотати.

2. Практично кожен онімічний розряд уміщує при денотатній єдності власні назви різної екстралінгвальної зумовленості. Так, англійський антропонімічний фрейм включає, окрім імені та прізвища, також середнє ім'я, особливий компонент іменування, що дається людині переважно на честь когось із родичів чи історичних осіб, а в дівчат, що виходять заміж, найчастіше заступається на їх дівоче прізвище. Це середнє ім'я позначається, як правило, тільки першою літерою, а повна його розшифровка може взагалі забуватися. Польське офіційне іменування людини включає тільки два компоненти (ім'я та прізвище), українське – три (додається по батькові), класичне арабське – шість тощо. Як же цю антропонімічну розмаїтість увібрати в один фрейм? Зважаючи на денотатну єдність, маємо достатні когнітивні підстави твердити, що існує єдиний український антропонімічний фрейм, так само єдиний англомовний, єдиний польський, єдиний арабський фрейм. Однак тут не обійтися без терміна **субфрейм, підфрейм**, інакше – **домен**. Зокрема в топонімічному фреймі увіходять ойконімічний, гідронімічний, оронімічний, хоронімічний та мікротопонімічний субфрейми (домени). Кожен домен структурується своїми особливими уніфікованими конструкціями знань.

3. Зовсім інші засади й іншу онтологію має потрібний поділ онімічних фреймів за ступенем їх реальності на власне реальну, віртуальну й сакральну частини. Цими термінами позначаємо три компоненти, наявні в кожному з аналізованих фреймів. Уточнимо одразу, що уявний (як віртуальний, так і сакральний) світ є концептуальним не в меншій мірі, ніж світ реальний.

А) Реальний компонент містить те, що ми передусім і маємо на увазі, говорячи про певний онімічний фрейм. Це наймення реальних людей, географічних об'єктів та інших денотатів власних назв. Це відображення у власних назвах реальної, об'єктивної дійсності – фізичної (матеріальної) чи духовної (ідеальної).

Б) Віртуальний компонент, інакше – можливий, альтернативний світ – це оніми, вжиті у художніх творах, те, що називається *літературною ономастикою*. Слід наголосити, що віртуальний компонент чи поетонімосфера (термін В.Калінкіна) онімічних фреймів включає всі оніми, наявні в художньому творі, у тім числі реальні наймення реальних людей – історичних осіб, як антропонім *Богдан Хмельницький* (з варіантами) у романах П.Загребельного “Я, Богдан” та Л.Костенко “Берестечко”.

В) Що ж до третього, сакрального компонента онімічних фреймів, то він сягає міфології, сягає тих речей, яких об'єктивно, реально не існувало, але в які люди вірили або вірять і нині як у цілком реальні, реально існуючі. Теонімічний фрейм своїм реальним компонентом має, приміром у слов'ян, власні назви *Сварог, Дажбог, Перун, Велес* тощо, але лише в той час і для тих людей, які вірили в існування їх денотатів, вважаючи їх дійсними силами, реально наявними в світі. Це були могутні сакральні сили, яким приносили жертви, на які покладалися, яким довіряли своє майно, своє майбутнє і своє життя.

Втрата такої віри, перехід в іншу віру чи в атеїзм робить *Сварога, Дажбога* і т.д. назвами того, у що колись вірили, а тепер – ні. З реального компонента теонімічного фрейму ці назви переходять у сакральний, який не може ототожнюватись з віртуальним, бо розмежування реального і сакрального – справа дуже тендітна і не одномоментна. Розмежування реального і віртуального компонентів для читача і є саме одномоментним: оніми в художньому творі є віртуальними, а за його межами – реальними.

Ми відносимо “розвінчані”, визнані нереальними теоніми і взагалі всі власні назви міфічних явищ, істот та речей до групи сакральних тому, що вони мають сакральне минуле. Коли вони були сакральними, святими насправді, тоді типологічно вони увіходили в реальний компонент теонімічного фрейму: для людей, що їм поклонялися, це були цілком реальні могутні сили. Тобто сакральний онім увіходить до цього компонента онімічного фрейму, коли свою реальну сакральність уже втрачає, але пам'ять про неї залишається.

Таким чином, ментальне буття мовного ономастикону реалізується у сукупності ментальних лексиконів усіх носіїв даної мови. Кожен ментальний лексикон (чи пам'ять кожної людини, кожне мовне та сприймаюче я) утримує лише певну частину мовного ономастикону, у якому є власні назви, відомі: 1) всім носіям мови, 2) певній більшій чи меншій групі носіїв мови, наприклад, локальним групам (мешканцям даного села, даної частини великого міста) групам, що об'єднуються професією, віком, статтю тощо. У кожному ментальному лексиконі знаходиться стільки онімічних концептів, скільки власних назв знає дана людина. Ця сукупність, індивідуальний ономастикон, організується у кілька фреймів. Така структурна організація власних назв у ментальному лексиконі особливо виразнюється організацією загального ономастикону всієї мови, лише останній у кількісному відношенні є набагато більший за індивідуальний ономастикон, будучи при цьому простою сукупністю всіх індивідуальних ономастиконів носіїв даної мови.

Маємо, отже, загальномовний ментальний ономастикон – суму індивідуальних ономастиконів усіх носіїв мови. Його структуру можна визначити як етноцентричну і радіальну (від усім відомого центру до периферії, носіїв якої стає все менше, чим далі вона від центру). Існують також групові (корпоративні) ментальні лексикони, проміжні між

загальномовними та індивідуальними. Конкретною формою реалізації всіх цих ономастиконів є індивідуальні ментальні лексикони всіх носіїв мови. Усі індивідуальні ментальні лексикони українців включають онімічні концепти *Україна, Київ, Дніпро, Шевченко* та ще кількадесят. Далі починаються групові оніми, якими володіє все менша кількість людей.

Усі ці три різновиди ментальних ономастиконів у однаковій мірі поділяються на онімічні фрейми, які, в свою чергу, мають схарактеризоване вище групування. Однак індивідуальний фрейм структурується зовсім не так, як мовний. Він групується довкола **Я** індивіда, тобто на засаді егоцентризму, і складається, як правило, з чотирьох кіл. У перших двох знання денотата і, відповідно, володіння невербальною інформацією, є вагомішим за знання наймення.

У дисертації докладно розглядаються в окремих підрозділах антропонімічний, топонімічний, теонімічний, ергонімічний індивідуальні фрейми і більш стисло – інші.

В індивідуальному антропонімічному фреймі розрізняється чотири кола: **ти**-коло, **Ви**-коло, **вони**-коло і **потенційне** коло. Коло – це основна фігура кожного індивідуального фрейму, тоді як у мовному фреймі кіл бути не може, хоч він теж має центр і периферію. Адже структурація індивідуального фрейму є чисто суб'єктивною, а структура корпоративних та загальномовних фреймів (абстрактних і певною мірою уявних, бо побудованих теоретично) має об'єктивну орієнтацію. Уславлені слова Василя Симоненка “У кожного Я є своє ім'я, / На всіх не нагримаєш грізно, / Ми – не безліч стандартних “я”, / А безліч всесвітів різних” по суті є поетичним, але точним розкриттям сутності індивідуальних фреймів.

Найближче **ти**-коло, куди входить і наймення власника ментального лексикону, включає наймення членів своєї родини, близьких друзів. Наймення як таке тут, можна думати, стає другорядним виразником концепту. Діти згадують про батьків переважно зоровими та звуковими образами, пов'язують їх зі словами *мама* чи *мати*, *тато* чи *батько*, а не їх особовими іменами чи іншими антропоформулами. У думках матері (батька) про дітей наймення застосовуються ширше, однак і тут невербальні засоби репрезентації концепту превалюють. Назви спорідненості в цій ситуації фактично стають власними. Головне навіть не це, а те, що вербальне вираження концепту супроводжується великим масивом розмаїтої невербальної, у тому числі й емоційної інформації. При цьому апелювання йде від молодших до старших, а від старших до молодших йде переважно онімне. За межами родини паролем першого кола є стаціонарний ужиток імені, а не прізвища.

У друге коло антропонімічного фрейму (**Ви**-коло), що помітно ширше від першого, входять наймення людей, яких власник ментального лексикону знає особисто. Тут основними репрезентантами концептів є саме антропоніми. Залежно від ступеня знайомства – ім'я, ім'я та по-батькові, прізвище, інколи (позаочі) прізвисько. Це друге коло має теж виразно денотатний характер і поєднує вербальну інформацію з помітними обсягами невербальної. Це однокласники, однокурсники, співробітники, сусіди, колеги за фахом – усі, з ким людина знайома особисто.

Третє коло індивідуального антропонімічного фрейму складають наймення історичних осіб. Для власника ментального лексикону це – люди, з якими він особисто не знайомий. Зрештою кожна історична особа знається не тільки з іншими історичними особами, а й з людьми, що не потрапили до аналізів історії. В цьому останньому випадку у ментальному лексиконі “простих людей” історичні особи увіходять – відповідно до ступеня знайомства – до другого чи навіть першого антропонімічного кола. Однак загальна картина така: історична особа – це щось віддалене в часі й просторі, хай навіть близьке серцю, як *Шевченко* для українця чи *Шекспір* для англійця. Історичні особи входять у ментальний лексикон з розповідей, підручників, телебачення та кіно – їх пізнають не особисто, а опосередковано.

Інакше кажучи, історичних осіб пізнають не від денотата до імені, як це маємо в перших двох колах, а від імені до денотата. Люди спочатку пізнають імена – *Сагайдачний*, *Хмельницький*, *Дорошенко*, *Мазепа*, *Полуботок*, а потім довідуються, хто глибше, хто поверховіше, про цих славетних гетьманів України. Слушно зазначив В.Жайворонок: “ніщо інше, як слово, є найбільш явним для свідомості показником здійснення акту пізнання”.

Четверте, останнє, потенційне коло індивідуального антропонімічного фрейму складають антропоніми, що оточують ментальний лексикон, але до нього не входять. Людина цих антропонімів не знає. Однак вона знає про їх існування, має певну інформацію про їх прикмети. Так, в українській мові слова на *-енко* з великим ступенем імовірності можуть бути сприйняті як прізвища. Між цим колом та двома попередніми увесь час відбувається взаємообмін. Людина практично щодня пізнає якісь нові для неї антропонімічні одиниці – відбувається перехід онімів з четвертого кола в друге чи третє. Щось вона забуває – отже, передає онім у четверте коло. На відміну від попередніх кіл потенційне має тільки одну межу, що прилягає до третього кола. Протилежна межа зникає в нескінченності. Потенційне коло в принципі включає всі оніми, відсутні в даному ментальному лексиконі, тобто – їх панівну більшість. Усі попередні кола індивідуального фрейму включають тільки близько 1% існуючих власних назв, а інші оніми – то сфера потенційного кола. Чому ж тоді ми відносимо потенційне коло до індивідуального фрейму? Тому, що воно нерозривно пов'язане з кожним індивідуальним фреймом, будучи джерелом його поповнення і сховищем, куди відходять

(тимчасово чи назавжди) забуті оніми. Потенційне коло для кожного окремого індивідуального фрейму має певну своєрідність, оскільки завжди є чимало онімів, які одному індивіду відомі, а в другому – невідомі. Інакше кажучи, хтось знає, хто такий *Айвенго*, а для когось цей онім знаходиться в потенційному колі. Загалом висновуємо, що потенційне коло є невід’ємним, органічним компонентом індивідуального онімічного фрейму – саме воно є, можна сказати, регулятором онімічного фрейму, будучи джерелом його поповнення і вмістилищем його відпалих компонентів.

Третій розділ “Шлях від слова до концепту: асоціативний експеримент у когнітивній ономастиці” присвячений засобам розкриття закладеної в індивідуальних ментальних лексиконах семантики онімічних концептів. Наразі найрезультативнішим шляхом такого розкриття є асоціативний експеримент, за яким на слово-стимул реципієнти дають слово-асоціацію (нею може бути й словосполучення), яке найшвидше приходить до голови. Існує чимало побудованих за таким принципом асоціативних словників, які іноді називаються словником асоціативних норм. Список усіх асоціацій, з вказівкою їх частотності, і складає такі норми. Зіставлення українських частотних словників Н.Бутенко і Т.Ковалевської зі співавторами, російських словників за ред. О.Леонтьєва і Ю.Караулова зі співавторами, англійського словника Дж.Кісса зі співавторами (зіставлялося слово *здоров’я*: інших стимулів, спільних для цих п’яти словників, не виявилося) засвідчило, що найчастотніші, верхні асоціації мають дуже багато спільного як у межах однієї мови, так і в різних мовах, хоч в останньому випадку спільного менше. Нижня частина списку асоціацій, передусім асоціації одиничні, є індивідуальним надбанням ментального лексикону – тим, що розрізняє семантику концептів у різних людей. Верхня частина (перші 10 – 15 асоціацій) виділяє ту частину семантики, що є спільною у різних ментальних лексиконах і, отже, розкриває загальномовний зміст концепту. Більш того, це промовляє, гадаємо, на користь принципової єдності ментального сприйняття об’єктивної дійсності, принципової єдності концептуальної картини світу при всіх її лінгвальних, хронологічних та індивідуальних розбіжностях.

В цілому, працюючи зі словом-стимулом та реакціями на нього, дослідник в асоціативному експерименті йде від слова до семантики концепту. В.Маслова навіть висновує, що “виявлення асоціативних комплексів є головним завданням опису концепту”.

На жаль, існуючі асоціативні словники не включають стимулів-онімів або включають їх дуже мало (російський словник Ю.Караулова та ін., також англійський словник). Між тим серед асоціатів оніми з’являються в кожному словнику, що засвідчує особливу вагомість онімічних концептів у ментальному лексиконі. Однак такий ужиток онімів у словниках зумовлений уже не упорядниками, а реципієнтами, їх “ментальними пріоритетами,

пов'язаними з глибинними конструктами національної свідомості, та суб'єктивністю ціннісних орієнтирів” (Т.Ковалевська). Тому дисертант уклав власний онімічний асоціативний словник, у якому 100 реципієнтів дали свої реакції на 60 онімічних стимулів. Свій асоціативний аналіз ми будували переважно на матеріалах цього словника (він включений до дисертації) та інших дотичних асоціативних експериментів.

Загальною прикметою більшості асоціацій на стимул-онім є багатоденотатність і, відповідно, пошуки реципієнтами денотата. Наприклад, у статті *Іван* спостерігаємо – тільки серед історичних осіб – реакції *Мазепа* (5), *Франко* (3), *Грозний* (2), *Богун*, *Вишенський* (1).

Проте багатоденотатність онімічних асоціатів присутня лише там, де вона притаманна самому оніму-стимулу. Якщо “Нема на світі України, немає другого Дніпра”, то немає й ніякої багатоденотатності серед онімів-асоціатів. Денотат один – йому й адресуються всі асоціати. Якраз вільний асоціативний експеримент з онімом *Україна*, де пошуки денотата апріорі відсутні, дозволяє виразно окреслити роль асоціацій у встановленні семантичного наповнення онімічного концепту *Україна*. П'ять перших асоціацій в нашому експерименті на стимул *Україна* виявилися такими: *Батьківщина* (17), *країна* (9), *державна*, *мати*, *ненька* (4), а в аналогічному експерименті Т.Пономаренко: *країна* (50), *Батьківщина* (38), *державна* (35), *сало* (15), *республіка* (14).

В індивідуальному лексиконі О.Залевська слушно розрізняє поверхневий та глибинний яруси. Поверхневий ярус – це орієнтація на звучання без виходу на семантику: стимул *Ізіда* – реакція *ІзольДА*, стимул *Ілона* – реакція *НОННА* тощо. Глибинний ярус фактично є збірним поняттям, яке об'єднує чотири ступеня глибини: 1) приблизне, дуже непевне знайомство зі стимулом за принципом “чув дзвін, та не знає, де він”, пор. *Гаргантюа – щось французьке*; *Крути – бій ВВВ*, *Богдан Хмельницький*, 2) виразне, певне знання стимулу: *Автанділ – Таріел*; *Ватерлоо – Наполеон*, *Веллінгтон*; *Берестечко – Хмельницький*, *Корсунь*, *Ліна Костенко*; пошуки денотата належать переважно до цього ярусу: інформант знає денотат, тільки при наявності різних денотатів у одного стимулу, особливо онімічного, називає той, який йому у момент проведення експерименту ближче чи просто першим спадає на думку; 3) знання не лише стимулу, а й його імпліцитних можливостей, переосмислень, семантичної амплітуди, пор. *Крим – Рим* (йдеться не про поверхневий звуковий збіг, а про “Крим і Рим, і мідні труби”) , *вершки на англійській мові* (гра слів – англ. *cream* [kri:m] означає “вершки”; г) знання, а точніше підсвідоме, доглибинне відчування символіки, древніх архетипів, які стосуються стимулу, що ілюструють асоціати *дівчина*, *калина*, *верба* до топоніма *Україна*.

Повна відсутність оніма в ментальному лексиконі засвідчується: 1) беззмистовними поверхневими реакціями типу *Тор – торт*, *тур*, *торба*; *Гейтс – гей*, *гейша*, *геть*, які не містять ніяких семантичних натяків (як *Крим – Рим* або англ. *health – wealth*); 2) нібито

глибинними, але абсолютно помилковими асоціаціями: *Тор – газ, горюча речовина, математичне, степ*; 3) уникненням реакції або прямим визнанням: *не знаю, незнане, невідоме* тощо.

Асоціативне поле оніма розкриває можливі шляхи ідентифікації цього оніма. Ідентифікація лексеми мовою мозку виявляє себе чи не найвиразніше в асоціативних експериментах. Ми виділяємо вісім шляхів ідентифікації онімів у ментальному лексиконі, тобто встановлення їх зв'язків з позамовною дійсністю, а в когнітивному розумінні – способів і форм трансформації слів у концепти. Фактично йдеться про класифікацію асоціатів за їх відношенням до стимулу. Тут слід уточнити, що пошуки денотата – це не встановлення ідентифікації онімів. Це – шлях, ментальний механізм, яким реципієнт здійснює ідентифікацію, здобуває результат. Сама ідентифікація в одержаній асоціації набуває форм, які можна узагальнити наступним чином.

1. Вихід на гіперонім, до якого можна віднести, на думку реципієнта, слово-стимул. Це – одна з найпоширеніших форм (принаймні, для онімів) ідентифікації стимулу. Наприклад, реакцію *ім'я* одержали 18 стимулів, які майже всі дійсно є іменами. Всі включені до нашого списку назви битв одержали якусь кількість асоціатів *битва*. Це – *Бородіно* (38), *Ватерлоо* (34), *Сталінград* (13), *Берестечко* (7), *Крути* (5).

Гіпероніми різного ступеня узагальнення наявні в кожній асоціативній статті укладеного нами онімичного словника. Гіперонімічні, по суті класифікаційні асоціації варто назвати лінівими. Ментальний лексикон реципієнта задовольняється віднесенням оніма до певної групи, не претендуючи на індивідуальну характеристику саме даного денотата.

2. Другу групу асоціацій за характером їх зв'язку зі стимулом становлять синоніми та перифрази або прості дескрипції. Два останні різновиди цієї групи асоціацій розрізняємо за наявністю елементів переосмислення, образності (перифрази) або їх відсутністю (дескрипції). Усі три різновиди можна позначити терміном **гетероніміативність**, яким користується Н.Арутюнова. На відміну від гіперонімів ця група не включає стимул у той чи той розряд, а описує його сам по собі, причому описує його в його цілісності. Формально асоціати цієї групи можуть виявитися близькими до попередньої. Так, асоціат *столиця* (28) до стимулу *Київ* є гіперонімом, а асоціат *столиця України* (9) – дескрипцією саме Києва. Асоціати *поет* та *футболіст* до прізвища *Шевченко*, – типові гіперонімічні асоціації. А ось реакції *Тарас* (23) чи *Андрій* (5) на той же стимул *Шевченко* належать фактично до синонімів. В обох випадках пошуки денотата привели до тотожних результатів, однак реалізувалися вони або гіперонімічним, або синонімічним шляхом.

Асоціації-синоніми характеризують онім-стимул у його цілісності і тому не створюють нового концепту, а вписуються в концепт стимулу. Усі ж інші типи асоціацій можуть

розглядатися як описані Р.Лангакером когнітивні структури, сукупність яких у межах усіх наявних асоціацій на певний симул демонструє їх нові концептуалізації, “нескінченну складність”, що якраз і реалізується в асоціативному значенні стимулу.

3. До когнітивних структур увіходять зокрема й асоціації, що позначають, а переважно й символізують ціле (онім-стимул) через його частини (асоціати). Так, серед реакцій на стимул *Лондон* зустрічаємо асоціації *Біг-Бен* (11) і *Big Ben* (4), *Тауер* (30), *Тауерська вежа*, *Темза* (4).

У зв'язці *Лондон – Темза* чи *Париж – Ейфелева вежа* тощо концепти *Темза*, *Ейфелева вежа* в ментальному лексиконі реципієнтів явно зазнають нової концептуалізації, бо вже виражають не самодостатні речі (*Темза* – найбільша ріка Англії, *Ейфелева вежа* – металева башта висотою 300 м, споруджена в 1889 р. французьким інженером Олександром Ейфелем), а називають частини, компоненти відповідних стимулів: *Темза* – річка, на якій стоїть Лондон, *Ейфелева вежа* – найвідоміша споруда в Парижі, що стала його символом.

4. Окремий тип когнітивних структур „стимул – асоціація” становлять вказівки на прикмети, ознаки, властивості стимулів. Назви таких ознак чи властивостей, як асоціати *злість*, *дурість* до стимулу *Барбос* або *краса*, *врода*, *владна*, *гарна*, *жіночність*, *молодість*, *мудрість*, *розумна*, *погана* до стимулу *Афродіта*, характеризують внутрішні чи зовнішні якості істот, прикметні риси предметів. Асоціати цього типу мають значне поширення і притаманні всім розрядам онімів, що увійшли до нашого словника. Цей тип асоціацій має певну спільність з попереднім, що об'єднує частини цілого, позначеного стимулом (*Париж – Монмартр*). У ряді випадків розмежувати ці два різновиди асоціатів досить важко. Різниця полягає у тому, що частина цілком належить цілому, як *Монмартр* цілком увіходить до складу *Парижа*, а властивість, належачи об'єктові, будучи його складником (частиною!) водночас притаманна і багатьом іншим об'єктам. *Злість* може бути рисою багатьох псів і не тільки їх, а *краса* – рисою не тільки *Афродіти*.

5. П'ятий тип асоціацій є протилежним до когнітивної структури „ціле (стимул) – частина (асоціат)” і швидше наближається до гіперонімічних реакцій. Йдеться про структуру „частина (стимул) – ціле (асоціат)”. Цей тип найширше представлений серед стимулів-топонімів. Якщо в асоціації *Красна площа* до стимулу *Москва* маємо когнітивну структуру „ціле – частина”, а в асоціації до того ж стимулу *столиця* – структуру „гіпонім – гіперонім”, то структура *Москва – Росія* містить стимул-частину, асоціат до якого називає ціле. Пор. так само *Київ – Україна*; *Лондон – Англія*, *Велика Британія*. Крім зазначених асоціацій, які повністю чи частково увіходять до складу стимулу, є й такі, що до стимулу взагалі не входять.

6. Зокрема не входять до стимулу асоціації суміжності. Асоціат і стимул у цьому випадку являють собою різні речі, які не входять одна до складу іншої, але певний зв'язок вони мають. Асоціації такого типу групуються або на простій суміжності (просторовій, тематичній, хронологічній тощо), або на схожості. Тут немає переходу одного в друге, немає переосмислень, тому називати ці два різновиди асоціацій суміжності метоніміями та метафорами підстав немає. Однак сам тип таких асоціацій ґрунтується на метонімічній (суміжність) чи метафоричній (схожість) засаді. Так, серед асоціацій до стимулу *Дон Жуан* з'являється *Дон Кіхот*, що є типовою суміжністю: обидва – *дони* (тобто в давній Іспанії – дворяни, аристократи), обидва іспанці, обидва літературні персонажі. Інша асоціація до цього стимулу – *Казанова*. Це вже типова асоціація за схожістю, своєрідна метафоризація: обидва мали і найбільше в світі полюбили успіх серед жіноцтва.

Характерною прикметою асоціацій даного типу є панування метонімічних суміжностей, бо суміжність у точному розумінні цього терміна якраз стосується метонімії. Суміжність, оперта на схожість, цілком можлива. Адже схожі за багатьма параметрами Онегін і Печорін, що добре відомо з історії російської літератури. Однак повна, справжня метафора – це злиття, точніше перенесення семантики з А на Б за їх схожістю. Метафорична ж суміжність ніяк не тяжіє до злиття.

7. Серед когнітивних структур стимул-асоціат вважаємо доцільним виділити ще один тип, близький до асоціацій суміжності, але не тотожний їм. В Одесі живуть одесити, а в Києві – кияни. Це настільки очевидне, тривіальне твердження, що в нашому експерименті (а в анкету включено 5 назв міст) ніхто серед асоціацій не вжив жодного катойконіма, тобто назви мешканців.

Отже, є Париж і є парижани. Це різні речі і можуть у теорії виступати як стимул та реакція. Куди цю реакцію віднести? Можливо, до третього типу – частина цілого. Але парижани – і в Африці парижани. Як бути з етніміями, ще більш стійкими лексемами: *Англія – англійці, Україна – українці*? Це теж ніби частина цілого, але згадаймо мільйонні діаспори українців у світі. А англійці взагалі заснували США і ще кілька країн, згодом змінивши при цьому свої етнічні назви. Як бути з вірами, конфесіями? Буддисти – ті, хто сповідує один з різновидів буддизму. Поклоняються вони не буддизмові, а Будді, а назвати буддистів частиною Будди не можна. А ще є стосунки батьків і дітей, предків і нащадків, які теж не дуже добре вписуються ні в формулу “частина цілого”, ні в концепцію метонімічної чи метафоричної суміжності. Перед нами, гадаємо, окремий тип асоціативних когнітивних структур, які можна визначити як причинно-наслідкову суміжність чи просто причинно-наслідкові асоціації. У нашому експерименті причинно-наслідкові асоціації представлені

серед стимулів-теонімів: *Зевс – язичники (1); Перун – язичництво (3), язичники (2); Сварог – язичники (2), язичництво (1); Тор – язичництво (1).*

8. Є ще один, уже восьмий і кількісно дуже невеликий тип асоціацій, що сприймаються як загадкові. Вони нібито ніяк не оперті на зміст чи на форму оніма-стимулу і водночас настільки від нього відірвані, що не можуть вважатися просто помилковими, як помилковою є асоціація *Нельсон* на стимул *Ватерлоо*. Пор.: *Буковина – пес, Ганна – кран, Ілона – синь, Тарас – сміх, Шевченко – дерево, Ізіда – зонт, Перун – труба, Сварог – туніка, Бровко – стіл, Ізабелла – хата* тощо. Це акцентовано індивідуальні, імовірно підсвідомі асоціації, що увиразнюють “моє” сприйняття оніма, відбиваючи суб’єктивний, ідіолектний шар відповідного концепту.

Серед цих важких “винятків” десь проявляються, пробивають собі дорогу з підсвідомості древні архетипи, асоціативні когнітивні структури, що відклалась у глибинах ментального лексикону чи, як образно кажуть, у генах ще з часів язичницької ментальності. Один з таких наявних у нас архетипів: *Україна – калина*. Знайти подібні архетипні реакції серед інших “загадкових” – багатократно важче, ніж розшифрувати просто індивідуальні загадкові асоціації.

Індивідуальні когнітивні структури не зосереджені у цьому останньому, восьмому типі асоціацій. Об’єктивне (загальне, яке виходить у комунікацію) та суб’єктивне (індивідуальне, яке залишається за межами комунікації, бо не виходить з ментального лексикону) є в кожному концепті, в тому числі онімічному. Пор. реакції на стимул *Ілона: впертість, вредність, жахливе ім’я, загадковість, зла, ікона, ім’я яке подобається, ледача, незвично, некрасиве щось, ніжність, новизна, приваблива, щось негарне*. Розлогу аксіологічну й емоційну палітру має кожен онім, наявний у ментальному лексиконі. Якщо побудувати навіть тисячу асоціативних полів на певний стимул, то все одно в тисячу першому полі буде якась кількість нових, раніше не фіксованих реакцій, як будуть і реакції, наявні в усіх без винятку вибудованих полях. Останні представляють найважливіші прикмети об’єктивного компонента стимулу і можуть бути встановлені вже в експерименті з невеликою кількістю реципієнтів. Комунікація, взаєморозуміння досягається “**шляхом ментальної категоризації**, тобто через ігнорування контекстуально варіативної інформації як іррелевантної” (О.Залевська). Інакше кажучи, категоризоване – то об’єктивне, а суб’єктивне залишається некатегоризованим і переважно вилучається зі спілкування.

Осмилення оніма може бути прямим чи образним. У мовленні це засвідчується контекстом. У асоціативному експерименті увесь “контекст” оніма-стимулу залишається в голові. І виявити, логічне (пряме) чи символічне (образне) сприйняття онімічного концепту превалює в ментальному лексиконі, досить важко. Утім, уважний аналіз засвідчує, що в

асоціативних полях усіх онімічних стимулів панують прямі, логічні, а не символічні (образні) реакції. Це означає, що ментальний лексикон ґрунтується на логічних, а не символічних засадах. Реакція набуває образного сенсу, коли вказує на усталений, загальноприйнятий символ онімічного стимулу: *Одеса – Дюк*; коли символом оніма стає не лексема, а сам предмет: *Крим – гори, море*; коли таким символом стає термінологічне позначення оніма: *Одеса – місто*. Серед теонімів частіше не асоціації стають символами, а стимули, навпаки, стають символами асоціацій. Не асоціації *любов, кохання* символізують стимул *Афродіта*, а теонім *Афродіта* стає символом *любові, кохання*. Найчастішим у стимулів *Одеса* й *Нептун* є асоціат *море*. Цей асоціат є символом *Одеси*, але не *Нептуна*. У цьому випадку, навпаки, *Нептун* є символом *моря*.

Асоціативні експерименти виявляють додаткові параметри спільності онімів та їх фреймової розбіжності. Сутнісна ознака онімічної спільності – наявність у кожної назви тільки одного носія, а розбіжності онімічних фреймів зумовлені розбіжностями позначуваних ними реалій. Асоціативні експерименти долучають до цих фундаментальних прикмет онімії ще деякі. Найпримітнішою спільною рисою асоціативних полів для стимулів-онімів є насиченість цих полів власними назвами. Для онімічних стимулів досить характерними є онімічні асоціації. У нашому онімічному асоціативному словнику на 60 стимулів одержано 450 різних онімічних реакцій, що вживаються 1610 разів, тобто на один стимул припадає в середньому 7,4 онімічних реакцій у 23,5 ужитках. Ці цифри значно вищі, ніж у апелятивних асоціативних словниках.

Розбіжність онімічних розрядів, які в ментальному лексиконі стають онімічними фреймами, з асоціативного погляду виявляється в тому, що вони не збігаються за ступенем асоціативних проявів символічності. З шести асоціативно вивчених фреймів тут перед ведуть теоніми, за якими йдуть топоніми, астроніми, хрономіни, зооніми. Космоніми з асоціативного погляду зовсім позбавлені символічності. В цілому серед непрямих асоціативних осмислень символіка помітно переважає у порівнянні з образністю.

Онімічні розряди (фрейми) розрізняються також за перевагою певних типів асоціацій. На базі групування найуживаніших асоціацій, виявлених нашим експериментом, поширеність типів реакцій на стимули-оніми виглядає так: 1) асоціації-гіпероніми: 38,1 %; 2) асоціації-синоніми: 23,6 %; 3) асоціації суміжності: 14,32 %; 4) асоціації, що називають ціле: 9,6 %; 5) асоціації-ознаки: 6,4 %; 6) помилкові, неадекватні асоціації: 4,8 %; 7) асоціації, що називають частину, і так само 8) причинно-наслідкові асоціації: по 1,6 %. Розряди онімів-стимулів за переважанням у них певних типів асоціацій дуже виразно розмежовуються один з одним. Зокрема при антропонімічних стимулах панують реакції-синоніми: 46,6 %, при топонімічних – реакції, що позначають ціле: 45,4 %, а серед інших розрядів на першому

місці знаходяться реакції-гіпероніми. Доля їх серед стимулів-космонімів – 75 %, а серед теонімів, хрононімів та зоонімів – 66,6 % у кожному розряді.

Загалом перша десятка найуживаніших асоціацій охоплює від чверті до трьох чвертей усього асоціативного поля оніма-стимулу. Зрозуміло, що загальне – корпоративне, а відтак і національне осмислення онімів концентрується тут. Далі йдуть асоціації індивідуальні, одиничні, що визначають розташування онімів у межах індивідуальної картини світу. Побудова онімічних асоціативних полів як один з найдійовіших методів пізнання ментального лексикону засвідчує, що в усіх процесах, які відбуваються в ментальному лексиконі й виходять в акти комунікації, надзвичайно вагому роль відіграють власні назви, які слугують організаторами, систематизаторами і збирачами усього концептуального вмісту мови мозку.

Виконане дослідження дозволяє сформулювати наступні **висновки**.

1. 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.

2. Методів безпосереднього спостереження ментального лексикону не існує, зате є три досить результативні шляхи його опосередкованого лінгвістичного вивчення: 1) аналіз актів мовлення, що породжується ментальним лексиконом і компонується з наявних у ньому концептів, у тому 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.

3. Власні назви, що проникли в ментальний лексикон, піддаються систематизації: 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 денотатного ряду (антропоніми, топоніми тощо) й домену (гідроніми, ороніми тощо). Робота мови мозку з онімами зрештою шикує 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 і зручним.

4. 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 лексиконові семантичний компонент, який при спілкуванні не виходить назовні, 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.

5. 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. У мовленнєвому ланцюжку кожна включена туди власна назва огорнена фрагментом свого часу й місця.

6. 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. 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.

7. 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.

8. Систематизація концептуального вмісту ментального лексикону породжує також вибудування онімічних фреймів. Фрейми, 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. Пріоритетне значення для нашої роботи має те, що кожен фрейм ділиться на загальнономовний та індивідуальний фрейми (з наявністю проміжних колективних 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.

9. 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 загальнономовному фреймові або фреймові колективному. Передусім це перша десятка найчастотніших асоціацій. Нижня частина асоціативного поля – асоціації, що трапилися один-два рази, – належить до індивідуального фрейму. Існування загальнономовного, колективного та індивідуального фреймів доводиться шляхом асоціативних експериментів із стовідсотковою точністю.

10. 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. 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.

Основні положення дисертації викладено в таких публікаціях:

1. Проблематика когнітивної ономастики. Монографія. – Одеса: Астропринт, 2006. – 325 с.
2. Асоціативне визначення семантичного наповнення онімічних концептів. – Горлівка; Донецьк: Вид-во ГДППМ, 2005. – 17 с.
Рецензія: Ткаченко О.Б. // Записки з ономастики. – Одеса: Астропринт, 2005. – Вип. 9. – С. 125-127.
3. Прагматика имени собственного в научно-фантастическом произведении: Повесть А.Н. и Б.Н.Стругацких “Трудно быть Богом” // Русское языкознание. – К.: Либідь, 1992. – Вып. 25. – С. 145-152.
4. Власні назви в оригіналі й перекладі науково-фантастичного твору. На матеріалі повісті братів Стругацьких “Населений острів”// Щорічні записки з українського мовознавства. – Одеса: ОДУ, 1996. – Вип. 3. – С. 77-83.
5. Екзотичність як неодмінна риса власних назв у науково-фантастичному творі // Записки з ономастики. – Одеса: Астропринт, 1999. – Вип. 1. – С. 79-85.
6. Про літературну ономастику та її функціональне навантаження // Записки з ономастики. – Одеса: Астропринт, 2000. – Вип. 4. – С. 68-74.
7. Функції онімії у фантастичному творі: Оповідання А.Бестера “Time Is the Traitor” // Записки з ономастики. – Одеса: Астропринт, 2001. – Вип. 5. – С. 91-98.
8. Концептуалізація власних назв у художньому творі // Записки з ономастики. – Одеса: Астропринт, 2002. – Вип. 6. – С. 80-88.
9. Особові імена як концепти та форми їх профілювання // Наукові записки Тернопільського держ. пед. ун-ту. Серія: Мовознавство, ч. 1 (9). Ономастика. – Тернопіль: ТДПУ, 2003. – С.27-34.

10. Трансформація та заміна власних назв як концептуальна перебудова // Волинь-Житомирщина. Історико-філологічний збірник. Збірник на честь 70-річчя В.В.Німчука. – Житомир, 2003. – Вип. 10. – С. 154-161.
11. Концептуальний аналіз онімічних композитів // Записки з ономастики. – Одеса: Астропринт, 2003. – Вип. 7. Власні назви у мові та художньому мовленні. – С. 8-16.
12. Символіка онімів-концептів // Вісник Черкаського університету. Серія: Філологічні науки. – Черкаси, 2003. – Вип. 46. – С. 10-16.
13. Ментальна організація власних назв // Мовознавство. – 2004. - № 4. – С. 25-34.
14. Структура індивідуального антропонімічного фрейму // Записки з романо-германської філології. – Одеса: Фенікс, 2004. – Вип. 15. – С. 88-103.
15. Індивідуальний топонімічний фрейм: Перші кола // Вісник Донецького університету. Серія Б: Гуманітарні науки.- 2004. - № 1. – С. 57-62.
16. Власні назви в сучасному мистецтві (концептуальний аналіз) // Мова і культура. Серія „Філологія”. Наукове видання. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2004. – Вип. 7, т. 3. – С. 207-213.
17. Роль власних назв у когнітивній обробці та переробці інформації // Восточноукраинский лингвистический сборник. – Донецк: Донеччина, 2004. – Вып. 9. – С. 58-69.
18. Індивідуальний топонімічний фрейм: Дальші кола // Записки з ономастики. – Одеса: Астропринт, 2005. – Вип. 8. – С. 10-22.
19. Напрямки асоціативної ідентифікації онімів // Записки з романо-германської філології. – Одеса: Фенікс, 2005. – Вип. 16. – С. 50-66.
20. Спільне і відмінне в асоціативному осмисленні різних розрядів онімів // Записки з ономастики. – Одеса: Астропринт, 2005.- Вип. 9. – С. 47-55.
21. Об’єктивне і суб’єктивне в ментальному бутті онімів // Ономастика і апелятиви. – Дніпропетровськ: Пороги, 2005. – Вип. 24. – С. 26-32.
22. Структура і специфіка індивідуального теонімічного фрейму // Науковий вісник Херсонського держ. ун-ту. Серія “Лінгвістика”. – Херсон: Вид-во ХДУ, 2005. – С. 355-363.
23. Пряме й образне осмислення онімів у асоціативному експерименті // Наукові записки Тернопільського держ. пед. ун-ту. Серія: Мовознавство. – 1 (13). – Тернопіль: ТДПУ, 2005. – С. 68-80.
24. Когнітивна ономастика як новий напрямок вивчення власних назв // Восточноукраинский лингвистический сборник. – Донецк: Юго-Восток, 2006. – Вып. 10. – С. 72-82.

25. Асоціативні параметри буття онімічних концептів у ментальному лексиконі // Традиційне й нове у вивченні власних імен: Тези доп. Міжнародної ономастичної конференції. – Донецьк; Горлівка; Святогірськ: ГДППМ, 2005. – С. 12-14.

АНОТАЦІЇ

Карпенко О.Ю. Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук зі спеціальності 10.02.15 – загальне мовознавство. Київський національний університет ім.Тараса Шевченка. – Київ, 2006.

У дисертації вперше викладено засади, завдання й методи когнітивної ономастики як нового напрямку дослідження власних назв. Основна проблема цього напрямку – буття, форми та функції онімів у ментальному лексиконі. Приходячи у ментальний лексикон як слова чи словосполучення, власні назви концептуалізуються і перекодовуються там у концепти. Онімічні концепти, будучи позначеннями одиничних об'єктів і тому не виражаючи поняття, а отже й не маючи семантичного дна, значною мірою організують і впорядковують ментальний лексикон. Вони слугують, на взірець заголовків, вмістилищами значних обсягів інформації, що зберігається у ментальному лексиконі, і сприяють виходу цієї інформації в мовлення при комунікації. Самі онімічні концепти об'єднуються в онімічні фрейми, яких є в ментальному лексиконі дев'ять – антропонімічний, топонімічний, теонімічний, ергонімічний, зоонімічний, космонімічний, хрононімічний, хрематонімічний та ідеонімічний. Кожен фрейм поділяється на кілька субфреймів, або доменів, і об'єднує реальний, віртуальний та сакральний скрипти. Не виходячи за межі ментального лексикону, онімічні концепти і, відповідно, онімічні фрейми, існують як індивідуальні єдності, оскільки ментальні лексикони належать окремим людям. Однак потреби спілкування, спільна ментальність носіїв кожної мови, єдність мовної і концептуальної картини світу призводять до витворення і колективних, і загальномовних фреймів. Асоціативні експерименти й асоціативна семантика онімічних концептів засвідчують, що в них спільного (в межах усієї мови чи в межах окремих соціальних, професійних, вікових чи територіальних груп) значно більше, ніж індивідуального.

Ключові слова: ономастика, когнітивна ономастика, власна назва, ментальний лексикон, концептуалізація, концепт, фрейм, домен, індивідуальний онімічний фрейм, асоціативний експеримент.

Karpenko O. Cognitive Onomastics as a Mode of Proper Name Apprehension. – Manuscript.

Doctoral Thesis in the field 10.02.15 – General Linguistics. Kyiv Shevchenko National University, Kyiv, 2006.

The thesis introduces foundations, tasks and methods of cognitive onomastics as a new mode of proper name investigation. The main problem of this approach is existence, forms and functions of onyms in mental lexicon. Entering mental lexicon as words or word combinations proper names are conceptualized and recoded into concepts. Naming only isolated objects and consequently failing to express notions, which leads to their not having semantic bottom, onymic concepts organize and regulate mental lexicon. They, similar to titles, serve as receptacles of considerable range of information which is stored in mental lexicon and assist in output of this information into speech during the process of communication. Onymic concepts are consolidated into onymic frames, nine of which exist in mental lexicon – anthroponymic, toponymic, theonymic, ergonymic, zoonymic, cosmonymic, chrononymic, chrematonymic and ideonymic. Each frame is divided into several subframes or domains, uniting real, virtual and sacral scripts. Without leaving mental lexicon onymic concepts and, correspondingly, onymic frames exist as individual entities since mental lexicons belong to separate people. However the necessity of communication, common mentality of language speakers, unity of linguistic and conceptual patterns lead to the appearance of corporate and general frames. Associative experiments and associative semantics of onymic concepts testify that there is much more common (within the language or within separate social, age, professional or local groups) than individual.

Key words: onomastics, cognitive onomastics, proper name, mental lexicon, conceptualization, concept, frame, domain, individual onymic frame, associative experiment.

Карпенко Е.Ю. Когнитивная ономастика как направление познания имен собственных. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальности 10.02.15 – общее языкознание. Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко. – Киев, 2006.

В диссертации впервые изложены основы, задачи и методы когнитивной ономастики как нового направления исследования имен собственных. Становление когнитивной лингвистики в мире с необходимостью ведет к когнитивной ономастике, которая ныне лишь зарождается. Основной проблемой этого направления является бытие, формы существования и функции онимов в ментальном лексиконе, в языке мозга. Онимы проникают в ментальный лексикон ежедневно в больших количествах, однако задеживаются там только необходимые,

субъективно значимые. Большинство новопознанных онимов сразу же выпадает из ментального лексикона. Те же имена собственные, которые там остаются, претерпевают трансформацию. Приходя в ментальный лексикон как слова или словосочетания, онимы там концептуализуются и перекодируются в концепты. В ментальном лексиконе онимические концепты пребывают в активной форме, когда используются в размышлениях либо коммуникации, и в пассивной форме, когда в данный момент не работают и пребывают в хранилищах памяти. При этом онимические концепты сами являются вместилищами значительных объемов концептуальной информации, сохраняющейся в ментальном лексиконе, и при потребности способствуют выходу этой информации в речь в процессе коммуникации. Эта особенность онимических концептов объясняется тем, что они, обозначая единичные объекты и потому не выражая понятий, а значит и не имея семантического дна, вмещают в себя всю известную индивиду информацию об обозначаемом денотате, как заглавия вмещают всю информацию о произведении. Эта особенность ментальных концептов наделяет их важной организаторской ролью внутри ментального лексикона. Еще одной важной особенностью онимических концептов является то, что они шире, объемнее соответствующих лексем, поскольку включают в большей или меньшей мере а) невербальные компоненты и б) индивидуальные компоненты, бытующие только в данном ментальном лексиконе. Поэтому концепты являются собственно ментальными образованиями и не могут выйти за пределы ментального лексикона. Выходят лишь их переработанные отржения – слова и прочие элементы речи.

Сами онимические концепты объединяются в ментальных лексиконах в онимические фреймы. Эти объединения опираются на внеязыковую действительность и являются “средствами организации опыта и инструментами познания” (Ч.Филлмор). В соответствии с отечественной традицией размежевания онимических разрядов мы выделяем девять фреймов – антропонимический, топонимический, теонимический, эргонимический, зоонимический, космонимический, хрононимический, хрематонимический и идеонимический. Каждый фрейм членится на несколько субфреймов, или доменов, и объединяет реальный, виртуальный и сакральный скрипты. Фреймы организованы парадигматически, а постоянно происходящие в ментальном лексиконе концептуализация и категоризация упорядочивают и уточняют эту организацию. Это означает, что парадигматика является главным принципом организации ментального лексикона.

Не выходя за пределы ментального лексикона, онимические концепты и, соответственно, онимические фреймы существуют как индивидуальные единства, поскольку ментальные лексиконы принадлежат отдельным людям. Однако потребности общения, общая ментальность носителей каждого языка, единство языковой и концептуальной картин мира

приводят к образованию и коллективных, и общеязыковых фреймов. Ассоциативные эксперименты и ассоциативная семантика онимических концептов свидетельствуют, что в них общего (в пределах всего языка либо в пределах отдельных социальных, профессиональных, возрастных, территориальных групп) значительно больше, чем индивидуального.

Ключевые слова: ономастика, когнитивная ономастика, имя собственное, ментальный лексикон, концептуализация, концепт, фрейм, домен, индивидуальный онимический фрейм, ассоциативный эксперимент.