

ББК 81.031.4

УДК 81'373.2

## ЗАСАДИ КОГНІТИВНОЇ ОНОМАСТИКИ

Когніція в перекладі з латини передається терміном **пізнання**. Власні назви існують у мові, а відтак і в мовленні, але мова існує в головах людей, у ментальному лексиконі, звідки виходить у вигляді мовлення – в актах комунікації, в усних чи писемних текстах. З текстів та опитування інформантів ономасти збирають, вивчають, інтерпретують власні назви. Однак буття, реальне існування власних назв, як і всієї мови, обмежується ментальним лексиконом людей. У мовлення може вийти тільки те, що є в ментальному лексиконі. Ось що там є і як воно там побутує – завдання когнітивної лінгвістики, а стосовно власних назв – когнітивної ономастики.

Саме тому когнітивну ономастику слід розглядати як новий напрямок вивчення власних назв. Адже в цьому випадку вони вивчаються не в текстах, не в мові, як то чинить існуюча, діюча ономастика, а в ментальному лексиконі, в мові мозку. На жаль, безпосередньо спостерігати, вивчати мову мозку наука ще не вміє. Існує психолінгвістика, існує нейролінгвістика, але й для них, як і для когнітивної лінгвістики, вивчення мови мозку обмежується методикою «чорного ящика», навіть при вивченні розмаїтих афазій. Когнітивна лінгвістика, а з нею й когнітивна ономастика, обмежується дослідженням мовних процесів на вході (невідомий раніше даній людині онім входить у її ментальний лексикон або твориться самою людиною) та на виході (онім виходить з ментального лексикону для спілкування в мовлення або зовсім з нього випадає, забувається). Розвитку когнітивної ономастики також істотно допомагають розмаїті експерименти з власними назвами і особливо – формування асоціативних полів, встановлення асоціативного значення слова (з упорядкуванням та аналізом асоціативних словників). Чинним засобом є спостереження і особливо самоспостереження (тут

особливо цікавими виявляються спостереження в сфері пам'яті і, відповідно, забування).

Увіходячи до ментального лексикону, власні назви – лексеми і словосполучення – трансформуються, зазнають переробки, стаючи **концептами**. Концепт і лексема не є тотожними величинами, оскільки: 1) лексема є одиницею мови, а концепт – одиницею ментального лексикону, що за його межі не виходить; 2) концепт ширша, обсяжніша за лексему одиниця, бо включає, окрім усього того, що містить лексема, також невербальні компоненти та індивідуальні, притаманні тільки даному ментальному лексиконові складники. Таким чином, ми розуміємо концепти як одиниці збереження інформації в ментальному лексиконі. Більш-менш чітко виражена одиниця інформації у процесі людського мислення формується в концепт. Завдяки процесам концептуалізації, а також категоризації концепти не лише витворюються із слів у ментальному лексиконі, а й постійно осмислюються, уточнюються, збагачуються і знаходять своє оптимальне місце в ментальному лексиконі, зрештою шикуючись у фрейми та їх дрібніші об'єднання – субфрейми чи домени. Фреймове об'єднання концептів спирається на групування денотатів, на позамовну дійсність, як вона пізнається ментальним лексиконом. Щоб сформувати з пізаної 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.

У зв'язку із викладеним до числа основних зараховуємо такі 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) обґрунтування 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 так уже зачіпав кожен з цих 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.

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 заголовком усього семантичного обсягу даного конкретного денотата).

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.

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” (Лев Виготський), і для розуміння терміна **концепт** треба не плутати його зі словом.

Особливості буття в ментальному лексиконі онімійних 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, натискаючи 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 онімійних 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. Говорячи конкретніше, можемо сформулювати тезу, що **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.

Засади існування та поєднання онімічних концептів у ментальному лексиконі позначаються терміном **фрейм**, який, подібно терміну **концепт**, 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».

Якщо концепції системи або поля орієнтовані на внутрішньомовні зв'язки, то для розуміння організації ментального лексикону таких зв'язків недостатньо. Існування онімійних (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). Ч.Філлмор відзначив, що «концептуалізація фрейму має немало спільного з дослідженням лексичних полів» і що тут аналогом поля є поняття фрейму. Різниця у тому, що фрейм має позамовне обґрунтування, а поле у своїх інтерпретаціях за межі мови не виходить.

Спираючись на ономастичні традиції, виділяємо відповідно до розряду денотатів, що номінуються, дев'ять фреймів: антропонімійний фрейм (об'єднує іменування людей), топонімійний фрейм (сукупність власних географічних назв), теонімійний фрейм (власні назви богів, божеств, rozmaїтих демонів), ергонімійний фрейм (власні назви різних виробничих, суспільних, ідеологічних, конфесійних об'єднань людей), зоонімійний фрейм (клички тварин), космонімійний фрейм (власні назви природних космічних об'єктів та частин їх поверхні), хрононімійний фрейм (власні назви подій, часових відрізків), хрематонімійний фрейм (власні назви матеріальних предметів, що, на відміну від географічних об'єктів, не є елементами земної поверхні і можуть змінювати своє місцеположення), ідеонімійний 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 онімійних фреймів за розрядами денотатів одразу ставить перед нами три пов'язані з таким поділом проблеми.

1. Онімійні системи, зокрема топонімійні, серед фахівців прийнято виділяти в межах одної мови за територіями їх поширення, наприклад у межах української мови топонімійна система Буковини, топонімійна система Одещини, антропонімійна система Полтавщини, антропонімійна система Гуцульщини тощо. Що ж торкається онімійних фреймів, то можна твердити, що в межах етносу існує один антропонімійний фрейм, один топонімійний фрейм тощо. Це зумовлюється передусім двома чинниками: а) екстралінгвальні фактори виділення онімійних фреймів, прийняті в межах ужитку одної мови, кардинальних розбіжностей на різних територіях поширення цієї мови не мають. Це переконує, що онімійні фрейми є екстралінгвальними – на відміну від онімійних систем, які мають досить виразні інтралінгвальні розбіжності, а тому й прив'язані до певних територій, що історично сформувалися; б) онімійні фрейми існують у головах людей, у ментальних лексиконах, а не в словниках чи на тих територіях, де знаходяться відповідні денотати.

2. Практично кожен онімійний розряд уміщує при денотатній єдності власні назви різної екстралінгвальної зумовленості. Так, англійський антропонімійний 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. Польське офіційне іменування людини включає тільки два компоненти (ім'я та прізвище), українське – три (додається по батькові), класичне арабське – шість тощо. Як же цю антропонімійну розмаїтість увібрати в один фрейм? Зважаючи на денотатну єдність, маємо достатні когнітивні підстави твердити, що існує єдиний український антропонімійний фрейм, так само єдиний англійський, єдиний польський, єдиний арабський фрейм. Однак тут не обійтись без терміна **субфрейм**, **підфрейм**, інакше – **домен**. Зокрема в топонімійний фрейм увіходять ойконімійний, гідронімійний, оронімійний, хоронімійний та

мікротопонімійний субфрейми (домени). Кожен домен структурується своїми особливими уніфікованими конструкціями знань.

3. Зовсім інші засади й іншу онтологію має потрібний поділ онімійних фреймів за ступенем і реалізацією 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.

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.

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 онімійні концепти *Україна, Київ, Дніпро, Шевченко* та ще кількадесят. Далі починаються групові оніми, якими володіє все менша кількість людей.

Усі ці три різновиди ментальних ономастиконів – загальномовний, груповий (колегіальний, корпоративний) та індивідуальний – у однаковій мірі поділяються на онімійні фрейми, які, в свою чергу, мають тотожне 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 вагомим за знання наймення.

В індивідуальному антропонімійному 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 вибудованих 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.

Викладена концепція онімічних фреймів торує шлях до розв'язання головної проблеми когнітивної ономастики – з'ясування форм буття і функціональної навантаженості власних назв у ментальному лексиконі.

Семантика онімічних концептів, закладена в індивідуальних ментальних лексиконах найліпше розкривається за допомогою асоціативних експериментів. Наразі найрезультативнішим є класичний асоціативний експеримент, за яким на слово-стимул реципієнти дають слово-асоціацію, яке найшвидше приходить до голови. Існує чимало побудованих за таким принципом асоціативних словників. Зіставлення українських асоціативних словників Н.Бутенко і Т.Ковалевської, російських словників за ред. О.Леонтьєва і Ю.Караулова, англійського словника Дж.Кісса 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 загальнономовний зміст концепту.

На жаль, наявні асоціативні словники не включають стимулів-онімів або включають їх дуже мало. Тому я уклала власний онімічний словничок, у якому зареєстровано й систематизовано реакції на 60 онімічних стимулів 100 реципієнтів [1, с.8-16]. Свій асоціативний аналіз мною побудовано переважно на матеріалах цього словника.

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, тобто – де наявна омонімія власних назв. Якщо “Нема на світі України, немає другого Дніпра”, то немає й ніякої багатоденотатності серед онімів-асоціатів.

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. Серед них найпоширенішими є:

1. Вихід на гіперонім, до якого можна віднести, на думку реципієнта, слово-стимул. Це – одна з найпоширеніших форм (принаймні, для онімів) ідентифікації стимулу. Наприклад, всі включені до нашого списку назви битв одержали якусь кількість асоціатів *битва*. Це – *Бородіно* (38), *Ватерлоо* (34), *Сталінград* (13), *Берестечко* (7), *Крути* (5). Гіперонімічні, по суті класифікаційні асоціації варто назвати лінивими. 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. 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.

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 Рональд Лангакером когнітивні структури, сукупність яких у межах усіх наявних асоціацій на певний стимул 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).

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.

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*.

Розглянуто та обґрунтовано ще три типи асоціацій: 6) асоціації суміжності – метонімічної (*Дон Жуан – Дон Кіхот*) і метафоричної (*Дон Жуан – Казанова*); 7) причинно-наслідкові асоціації (*Київ – кияни, Україна – українці, Перун – язичництво, Марія – Ісус*); 8) загадкові, підсвідомі асоціації (*Шевченко – дерево, Буковина – пес*); у їх складі – архетипні асоціації глибокої древності (*Україна – калина, верба, дівчина*). Такі асоціації виключно індивідуальні.

Індивідуальні когнітивні структури не зосереджені у цьому останньому 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 онімійному. 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.

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 в першій і почасти в другій десятках їх асоціацій. Далі йдуть асоціації індивідуальні, одиничні, що визначають розташування онімів у межах індивідуальної картини світу. Побудова онімійних 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

служать організаторами, систематизаторами і збирачами усього концептуального вмісту мови мозку.

Спираючись на сформульовані тези, можемо висновувати:

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.

Сутність і функціонування ментального лексикону, склад і форми існування його одиниць, збереження, трансформації і взаємодія цих одиниць, зокрема одиниць онімійних, 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 служать організаторами ментального лексикону, координаторами ментальної картини світу, шифрами інформаційних скриньок пам'яті і засобами виведення вмісту цих скриньок у мовлення і в мову.

### **Література**

1. Карпенко О.Ю. Асоціативний словник – шлях до сутності власної назви // *Logos onomastike*. – № 1. – С. 8-21.

**Olena Karpenko**

## **Basic Principles of Cognitive Onomastics**

*Cognitive onomastics studies existence, functions and status of proper names not in speech or language, but in mental lexicon. Onyms exist there as concepts, either in active (functioning) or passive (being stored in memory) form. Onymic concepts are connected with other constituents of mental lexicon as their organizers that optimize the work of mental lexicon and increase its efficiency.*