

ВИЗНАЧЕННЯ НАЯВНОСТІ ОНІМА У МЕНТАЛЬНОМУ ЛЕКСИКОНІ

Пропонується асоціативний спосіб визначення, знає чи не знає людина певну власну назву. Незнання засвідчується: 1) явно помилковими асоціаціями; 2) поверхневими асоціаціями, побудованими за звучанням, а не змістом оніма; 3) відмовою від асоціації.

Ключові слова: онім, асоціативне поле, асоціативний словник, ментальний лексикон.

На підставі серії експериментів О.О.Залевська дійшла висновку, що “залежно від рівня ідентифікації слова воно негайно включається в певний більш чи менш розгорнутий “контекст” поверхневого чи глибинного ярусу індивідуального лексикону” [Залевская 1990:100]. “Контекст” слова в індивідуальному (ментальному) лексиконі – то його асоціативне поле чи асоціативне значення. Поверхневий ярус зводиться до звучання, звукової або графічної оболонки слова-стимулу. Асоціативні зв’язки виникають на ґрунті збігу чи перехрещення звукової форми асоціата зі стимулом, пор. у нашому експерименті: 60 онімів-стимулів, 100 реципієнтів – *Ізіда* – *ІзольДА*, *КваЗІмоДо*, *НемеЗІДА*, а також шляхом “включення в контекст” [Залевская 1990:135], пор. асоціат *полтер* (неіснуюче слово) до стимулу *Гейтс*: разом – *полтергейст* (з метатезою двох останніх приголосних).

Глибинний ярус стосується семантики слова, його значення. О.О.Залевська з цього приводу пише: “Визначення асоціативної природи будь-яких проявів того, що прийнято називати значенням слова, веде до трактування значення як процесу співвідношення розглядуваної словоформи з деякою сукупністю одиниць глибинного ярусу лексикону, яке відображає багатоманітний досвід взаємодії індивіда з оточуючим його світом. Звідси слово в лексиконі людини являє собою результат, продукт такого співвідношення” [Залевская 1990:142]. У давнішій своїй роботі дослідниця більш узагальнено інформує, що асоціативні експерименти з успіхом використовуються “для дослідження і для вимірювання значення слів” [Залевская 1977:34] і що “умови вільного

асоціативного експерименту забезпечують маскимально повну картину актуалізації не обмежених завданням зв'язків між одиницями лексикону”, причому під останнім терміном розуміється “внутрішній лексикон людини” [Залевская 1977:33, 3]. Пор. з наших матеріалів: *Отелло* – онімні асоціати: *Дездемона* 20, *Шекспір* 19, *Мавр* 8, *Гамлет* 3, *Інполіт* (герой фільму “З легким паром”), *Ромео*, *Яго* 1, апелятивні асоціати: *ревнощі* 8, *негр* 5, *душить*, *убивця* 2, *ім'я*, *коханець*, *майже мій чоловік*, *пристрасть*, *псих* 1; *Ромео* – онімні асоціати: *Джюльєтта* 36, *Шекспір* 2, *Ді Капріо*, *Монтеккі* 1, апелятивні асоціати: *любов* 11, *кохання* 8, *романтик* 2, *взаємність*, *герой*, *дурний*, *ім'я*, *краса*, *любить*, *п'єса*, *щирість* 1.

Наявність асоціацій глибинного ярусу означає, що в ментальному лексиконі інформанта відповідний онім-стимул існує. Характер, зміст таких асоціацій засвідчує, як саме він там існує, з якою мірою чіткості та вкоріненості. Відзначимо, що 1) глибинний та поверхневий яруси, всупереч думкам ряду вчених, тісно пов'язані, що ми бачимо в Едінбурзькому асоціативному словнику на прикладі стимулу *health* - здоров'я та його чільного асоціату *wealth* – багатство, тому далеко не завжди і далеко не всі асоціації поверхневого рівня засвідчують відсутність стимулу в ментальному лексиконі інформанта; 2) глибинний ярус – це не просто семантика: тут можна виділити щонайменше чотири різновиди цього ярусу, якщо не чотири різні яруси: а) приблизне, дуже непевне знайомство зі стимулом за принципом “чув дзвін, та не знає де він”, пор. *Гаргантюа* – *щось французьке*; *Одіссей* – “*Арго*” та інші кораблі, *золоте руно*; *Ватерлоо* – *Нельсон*; *Берестечко* – *унія*, *унія (берестейська)*; *Крути* – *бій ВВВ*, *Богдан Хмельницький*, б) виразне, певне знання стимулу: *Автанділ* – *Таріел*; *Ватерлоо* – *Наполеон*, *Веллінгтон*; *Берестечко* – *Хмельницький*, *Корсунь*, *Ліна Костенко*; пошуки денотата належать переважно до цієї групи глибинних асоціатів: інформант знає денотат, тільки при наявності різних денотатів у одного стимулу, особливо онімичного, називає той, який йому у момент проведення експерименту ближче чи просто першим спадає на думку; в) 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 відчуття символіки, древніх архетипів, які стосуються стимулу, що засвідчують асоціати *дівчина, калина, верба* до топоніма *Україна*. Таким чином, можемо висновувати, що глибинний ярус асоціацій має насправді не один, а чотири досить відмінні між собою рівні глибини.

Що стосується встановлення шляхом асоціативного експерименту наявності чи відсутності оніма в ментальному лексиконі реципієнта, то тут головними показниками виступають: 1) поверхневі, формальні асоціації (але не всі і не завжди), 2) явно помилкові асоціації, які формально стосуються семантики, тобто глибинного ярусу, однак засвідчують незнання цієї семантики. Ця остання група для асоціативних словників апелювативного скерування є нетиповою: носії мови за визначенням знають мову, володіють її активним лексичним складом (а пасивний у експерименті зазвичай не залучається відповідно до традиційного списку Кент-Розанова). Однак для онімічного експерименту група помилкових асоціацій досить характерна, оскільки онімів існує набагато більше, ніж апелювативів, і всіх онімів, наявних у даній мові, жоден носій цієї мови не знає; 3) уникнення асоціації чи відвертий запис типу *невідоме*.

Асоціати поверхневого ярусу з'являються з трьох причин: 1) асоціація виникла раніше, ніж думка подолала шлях від звучання чи написання, якщо стимули, як у нашому експерименті, пред'являються виконавцям у графічній формі, до змісту; 2) реципієнт просто не знає змісту, що виражений даним звучанням (написанням), - тільки в цьому випадку можемо говорити про відсутність оніма в ментальному лексиконі реципієнта; 3) реципієнт знає зміст оніма, але йому забаглося погратися з його формою, як у наведених вище асоціатах до топоніма *Крим*. Розрізнити ці три ситуації, з яких лише одна

засвідчує відсутність стимулу в ментальному лексиконі, нелегко, а іноді і взагалі неможливо.

Думка виконавця добігає до поверхневої асоціації швидше, ніж до сенсу оніма тоді, коли цей онім знаходиться не на поверхні ментального лексикону, а в його глибині, тобто знаходиться там не у вигляді концепту, а як символ. Пор. *Волинь – воля, віл, воли, полин; Тарас – тара, таранька; Буковина – буква, бук, бамбук*. Поверхневі асоціації цього типу не засвідчують відсутності оніма-стимулу в пам'яті реципієнта, а лише показують, що він там у час проведення експерименту залишається неактивізованим. Пор. у цьому зв'язку ще: *Обломов – облом, лом; Ватерлоо – ватрушка*.

Відсутність оніма в ментальному лексиконі свідчиться більш прямолінійними поверхневими асоціаціями, що ніяк не перегукуються з сенсом оніма, спираючись виключно на його форму, пор.: *Тор – торт, рот* (обернене прочитання цього теоніма), *бор, мор, тур, торба, тормоз, торець, торгівля; Гейтс – гей, гейша, Гете, геть; Перун – перо, перон, Перу; Астарта – астра, Спарта, star, Amsterdam, Авеста, на спарт*. Поза тим онімічні стимули в цих випадках належать до менш чи взагалі маловідомих. Їх незнання частиною учасників експерименту підтверджується також іншими свідченнями (відсутність реакції, відверто помилкова реакція, що не пов'язана із звучанням стимулу).

Є ще один, третій тип поверхневих реакцій, які дають підстави бачити в них спеціальну, умисну звукогру. Виконавець дійшов від звучання до значення, володіє цим значенням, однак будує свій асоціат на переінакшенні форми назви, щоб якось виразити своє індивідуальне ставлення до носія цієї назви. Хто з українців не знає імені *Ганна*? Тому асоціат *Ганна – рана* можна віднести до цього типу поверхневих реакцій: якась *Ганна* спричинила *рану* (сердечну?). Звукогру на поверхневих реакціях, що в підтексті мають і глибинний ярус, можна підозрювати в асоціатах *Крим – кримінал, Шевчук – Кравчук* (фінальні частини онімів збігаються: *чук*), твірні основи *швець – кравець* семантично пов'язані, та ще й прізвище *Кравчук* вказує на экс-президента; *Данко – Франко*;

Лона – нейлон, Барбос – Барбара, барбарис, барабан. Повторимо, що розмежувати ці три типи поверхневих реакцій і таким шляхом встановити наявний чи відсутній стимул у ментальному лексиконі виконавця, дуже важко. Тут завжди залишається простір для суб'єктивності дослідника: один гадає так, другий – інакше.

Така гра на формі власних назв досить широко використовується в художній літературі, де оніми за їх формою можуть одержувати зовсім інші значення. Наприклад, Л.В.Костенко в романі “Берестечко” звернулася до прийому “ономастичної мови”: підбір українських топонімів чи антропонімів використовується таким чином, що вони у своїх поєднаннях розповідають і про Україну, і про історичні події, і про переживання та сподівання Богдана Хмельницького [Карпенко, Мельник:152-167]. Наведемо приклад зовсім іншої тональності, гумористичний, у якому лайливі слова пропонується заступити топонімами: “А я предлагаю все грязные слова заменить названиями городов. Городов много, их названия ежедневно мелькают в газетах, звучат по телевидению. Зато какой красивой и элегантной станет наша речь.

Представляю вечерний разговор моих соседей:

- Ты где шатался до ночи, Тюмень?
- А тебе какое Дели, Шепетовка!
- Гони зарплату, Осло!
- Зарплату? А Тулу с маслом не хочешь?
- Ах, ты ругаться, ишь, Кривой Рог!
- Но, но, поосторожней, Анапа, сразу видно, что у тебя в голове ни Чикаго нет!
- А за Анапу ответишь, Конотоп несчастный!
- Замолчи, Душанбе из тебя вон!
- Уж больно ты Грозный, как я погляжу, что, в Могилев захотелось?
- Цыть! А то я тебе сейчас такой Бомбей устрою!
- Токио тронь, Токио тронь!

- И трону. Как Амстердам в Глазго, так сразу Череповец треснет!”
[Териков:4].

У цьому прикладі все ясно, бо є контекст, є система однотипних асоціацій. А в асоціації *Одеса – Одиссей* ясно лише те, що це – поверхнева асоціація і що вона не належить до другого типу таких асоціацій – хоча б тому, що експеримент проводився в Одесі. Ми не можемо однозначно сказати, чи це асоціація першого типу (просте накладання форми), чи третього (накладання форми, що ховає за собою якийсь інший зміст, як у щойно наведеному прикладі ойконім *Осло* ховає в собі образливе *осел*). Одесу і Одиссея, крім звучання цих назв, може пов’язувати море, мандрівки, героїзм (оборона Одеси), хитрість та багато інших суб’єктивно осмислюваних ознак. Щось подібне можемо сказати про асоціації *Галичина – Галина*, “*Галка*” (*кава*), *Кришина – Агата Крісті*, *Ізабелла – білий*, навіть *Ватерлоо – вітрило*, бо тут може бути не просто звуковий перегук, а помилкове розуміння Ватерлоо як Трафальгарської битви, на яке однозначно вказує згадувана вже асоціація *Ватерлоо – Нельсон*.

Значно переконливішими є інші шляхи з’ясування того, знає чи не знає реципієнт онім, на який мусить дати асоціацію. Таких шляхів є два – 1) з очевидністю помилкова, а то й просто абсурдна асоціація, а також 2) ухиляння від асоціації (пропуск) чи відверте визнання “не знаю”, “незнає” тощо.

Безперечно помилкові асоціації, не зіперті на форму, на зорову оболонку оніма-стимулу, трапляються тим частіше, чим віддаленішим у часі, у просторі, у діяльності реципієнта є стимул. Такими виявилися персонаж поеми Шота Руставелі “Витязь у барсовій шкірі” Автанділ, богині Астартта й Ізіда та деякі інші стимули. Ось деякі етнічні асоціації до *Ізіди* та *Автанділа*: *Ізіда – іспанка, циганка* 2, *Греція, єврейка, індійське ім’я, Молдова, римська богиня, Фінікія* 1; *Автанділ – Греція, єврей, Ізраїль*. Щоправда, в обох цих нелегких для інформантів випадках було й чимало компетентних асоціацій. У *Ізіди* дві перші, найчастотніші асоціації – *богиня* 10 та *Єгипет* 7, а в асоціативному полі цього теоніма трапилися також асоціати *помста, міфологія, історія*, навіть *помста Ізіди* та *Осіріс*. У *Автанділа* дві перші асоціації надто узагальнені, хоч і

правильні - ім'я 6, герой 5, а в складі асоціативного ряду є конкретні й слушні ідентифікації *грузин 2, Грузія, Таріел 1*. Астарту й Ізиду дехто з інформантів намагався відправити в космос: *Астарта – зірка 16* (найчастіша реакція), *зоря, комета, космос 1; Ізіда – зірка 3*. Пор. асоціації в такому ж дусі: *Перун – планета, сонце; Джеря – ріка, вірменське ім'я, собачка пудель; Маланюк – каша, передовик виробництва, свинопас, співак*.

Тут ніяк не йдеться про пошуки денотата – інформант просто не знає даного оніма. Отже, за даним звучанням у нього ніяких семантичних компонентів не стоїть – виписується “відчепний” асоціат і все. Утім, і тут можливі якісь суб'єктивні відштовхування від звучання оніма. Астарту частина інформантів перемістила в космос бодай почасти тому, що ім'я нагадує термін **астрономія**, який, до речі, походить від гр. *astron* “зірка”, ніяк не спорідненого з теонімом *Астарта*. *Ізиду* троє інформантів зробили *зіркою*, не виключно, тому, що обидві лексеми мають звукокомплекс *зі*.

У нашому експерименті наявні й уникнення, відсутності реакцій чи словесна відмова від них. За відсутністю реакцій наші 60 онімів-стимулів мають такий досить характерний розподіл: будь-яка реакція відсутня (залишено порожню клітину) в 14 випадках – *Автанділ*, у 13 випадках – *Астарта*, 11 – *Бровко, Тор*. Далі через проміжок у три позиції: 7 – *Крути*, 6 – *Ватерлоо, Гаргантюа, Гейтс, Ізіда*, 5 – *Буковина, Ганна, Джеря, Маланюк, Обломов, Сварог*, 4 – *Бородіно, Петренко*, 3 – *Волинь, Данко, Ізабелла, Ілона, Мойсей, Мухтар, Перун, Франко, Шевчук*, 2 – *Берестечко, Галичина, Дерibas, Дерibasівська, Джордж, Іван, Нептун, Одисей, Плутон*, 1 – *Аллах, Барбос, Ізаура, Марія, Онсгін, Отелло, Ромео, Сталінград, Трас, Уран*. Немає уникнення від реакцій тільки в 15 онімів-стимулів: *Афродіта, Богдан, Дон Жуан, Зевс, Київ, Крим, Кришина, Лондон, Москва, Наполеон, Одеса, Париж, Україна, Шевченко, Юпітер*.

Аналіз даного розподілу засвідчує, що цілком певною “межею невігластва” є шість пропусків реакції, бо навіть серед студентів університету не всі можуть знати зміст онімів *Ізіда, Гейтс, Гаргантюа, Ватерлоо*. Умовною, припустимою

межею незнання слід визнати цифру чотири: ну, не знає людина, що таке *Бородіно*, і не може згадати відомої або особисто знайомої людини на прізвище *Петренко*. При цьому ментальний настрій – на зміст, тому виключаються поверхневі реакції (приміром, *борода* чи *Петро*). Нижче цієї цифри про незнання говорити важко, якщо взагалі можливо. Хто в Україні не знає онімів *Волинь* чи *Франко* (3 пропуски)? Хто в Одесі не знає *Дерибаса* й *Дерибасівську*, а в широких межах – *Івана* й *Нептуна* (2 пропуски)? Чи *Тараса* й *Марію* (1 пропуск)? Ці пропуски – механічні помилки, неухважність, може й лінощі, але не незнання. Таких пропусків, до речі, найбільше. По дев'ять випадків трьох чи двох пропусків, десять випадків одного пропуску.

Незнання може фіксуватись також і відвертим асоціатом: *не знаю* (*Петренко*), *незнане* (*Астартя*, *Галичина*), *невідоме* (*Ватерлоо*), *невідомість* (*Буковина*), *незнайоме* (*Маланюк*) тощо. Незнання стимулу може виражатись і з певною експресивністю, якщо не агресивністю, що скерована не на свій персональний інформаційний запас, а на “підсовування” в експерименті якогось невідомого слова. Так, серед реакцій на ім'я західносемітської богині *Астарті* знаходимо й презирливе *абракадабра*, а також бажання вдарити незнайоме незнайомим: *Барамамбуду* (вигаданий або вчитаний інформантом екзотичний онім).

Психолінгвісти визначають реакцію на невідоме слово, переважно вміщуючи його у відомий контекст. Так, Ганна Клименко включала для студентів, які щойно почали вивчати англійську мову, невідоме їм слово у зрозумілій мікроконтекст на вірєць *Lend me a dress, please; Eat my cake* - Позич мені плаття, будь ласка; Їж мій торт, де слова *dress, cake* були невідомими. У відповідях-перекладах позичали *адресу* (на другому місці після *гумки*), хоч тут є й правильний здогад *плаття*. Їли *кекс* (найчастіща реакція), також *тістечко*, *булку*, *пиріг*, *хліб*, *цукор* і навіть *кофту*, але ні разу – *торт*. Дослідниця робить слушний висновок, що серед мотивів вибору перекладу “на перше місце висунулась наявність схожості зі словами рідної чи німецької мови” [Клименко: 174, 175] (німецьку мову студенти вже більш-менш знали).

Безконтекстний, тобто вільний асоціативний експеримент з апелятивами, на базі якого і створюються асоціативні словники, не має на меті відшукати людей, які не знають певного слова: даються слова, які знають усі носії мови, встановлюються асоціативні норми цих слів. Серед онімів же у будь-якій мові обов'язково знайдуться такі, що їх частина інформантів не знає. Тут теж, як ми пересвідчилися, з'являється чимало асоціацій за звуковою схожістю чи, як то формулює О.О.Залевська, асоціацій поверхневого ярусу. Поряд з ними в хід ідуть просто помилкові реакції (інтуїтивний здогад виявився неправильним), уникання реакцій, а також якісь надто суб'єктивні, ідіолектні асоціації, які дослідникові видаються просто загадковими.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Залевская А.А.* Проблемы организации внутреннего лексикона человека. – Калинин: Калининский гос.ун-т, 1977. – 83 с.
2. *Залевская А.А.* Слово в лексиконе человека: Психолингвистическое исследование. – Воронеж: Изд-во Воронеж.ун-та, 1990. – 206 с.
3. *Карпенко Ю.О., Мельник М.П.* Літературна ономастика Ліни Костенко. Монографія. – Одеса: Астропринт, 2004. – 215 с.
4. *Клименко А.П.* Вопросы психолингвистического изучения семантики. – Минск: Вышэйшая школа, 1970. – 206 с.
5. *Териков Г.* Предложение // Крокодил в Украине. – 2005. - № 6. – с. 4.

О.Ю.Карпенко

ONYMS IN MENTAL LEXICON: ASSOCIATIVE METHOD OF THEIR PRESENCE OR ABSENCE DETECTING

Associative method of detecting whether the person knows a definite proper name or not is being suggested in the article. Absence of knowledge could be testified by: 1) absolutely erroneous associations; 2) superficial associations that are built on the sounding of the onym, not its meaning; 3) rejection from association.

Key words: onym, associative field, associative dictionary, mental lexicon.