

ЩО НАМ ПОКАЗУЄ КАРТИНА СВІТУ: ЛЮДСЬКИЙ ЧИННИК ОНОМАСІОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

У статті проаналізовано появу різних версій картини світу, зокрема професійної та наївної, а також з'ясовано роль людського чинника (фаховість / нефаховість мовців) в ономасіологічних процесах диверсифікованого означення ідентичного сегмента матеріальної культури. Ілюстративним матеріалом слугували англомовні ЛСП «Водний транспортний засіб» і «Ювелірні прикраси».

Ключові слова: картина світу, ономасіологія, перцептивне і когнітивне бачення світу.

Світ як онтологічна сутність вивчається передусім у межах природничих наук: фізики, хімії, біології, астрономії тощо. Натомість учених-гумантаріїв, зокрема когнітивних лінгвістів, у першу чергу цікавить не стільки світ як такий, скільки його відбиття у свідомості людини, тобто бачення й розуміння цього світу людиною та подальше означування його тією мірою і в такий спосіб, що визначаються ступенем когнітивного освоєння світу.

Ця наукова розвідка є рефлексією стосовно важливості антропоцентричного чинника в процесах візуального / перцептивного і когнітивного бачення навколишнього світу, його членування й іменування та, згодом, формування цілісної картини світу. Мета статті – показати принципову *множинність і варіативність* картин світу (КС), зумовлених участю людини як рушійної сили ономасіологічних процесів творення мовної КС.

Залежно від віку, гендерної, етнічної, освітньої, професійної належності суб'єктів, які пізнають та ословлюють довкілля, їхнє сприйняття й результувальна ономасіологічна діяльність будуть породжувати вкрай різноманітні мовні продукти, які, своєю чергою, складаючись до купи і взаємопов'язуючись, утворюють різноманітні мовні картини світу. Виходячи з постулату І. П. Сусова про те, що «картина світу є сукупністю знань» [5, с. 30], вважаємо доцільним розглянути, яким чином більша чи менша «сукупність знань», а також характер здобуття цих знань впливають на формування картини світу, на щільність чи лакунарність її заповнення.

Н. Д. Арутюнова слушно зауважує: «процес пізнання предмета починається з його виокремлення з навколишньої дійсності та відокремлення його від просторового тла» [1, с. 173]. Але поштовхом до пізнання предмета неодмінно слугує зацікавленість мовця (групи мовців,

об'єднаних у певні етнічні, освітні, професійні спільноти) відповідним предметом. О. О. Потєбня про це говорив так: «чого я <...> не помічаю, того для мене не існує і, звичайно, не буде мною виражене в слові» [4, с. 33]. Аналогічну думку (щоправда, у «дзеркальному» відбитті) знаходимо у Ю. А. Левицького: «все, що привертало увагу з огляду на життєву необхідність або з огляду на певний інший інтерес, миттєво отримувало найменування, тобто фіксувалось у мові» [3, с. 30].

Усі подальші міркування, викладені нижче, базуються на постулаті про відмінність *перцептивного* бачення від *когнітивного*. Наприклад, представники як англомовної, так і україномовної спільноти перцептивно бачать термінальну частину верхніх і нижніх кінцівок людського тіла однаково. Проте якщо в *когнітивному* баченні українців ці термінальні частини є однаковими й отримують номінацію *пальці* (загальною кількістю 20), то англійці бачать 10 *toes* (пальці ніг), 8 *fingers* (пальці рук від указівного до мізинця) та 2 *thumbs* (великі пальці рук).

У пропонованій розвідці, розмірковуючи про зацікавленість мовця в тому чи тому предметі, що спонукає до його виокремлення, осмислення й іменування, зважимо на фактор належності / неналежності мовця до певної спільноти, в нашому випадку – фахової. Вважаємо, що той самий фрагмент об'єктивної дійсності *перцептивно* бачать фахівці та пересічні мовці однаково, але *когнітивне* бачення у них різне. Для нефахового спостерігача значна частина об'єктів певної професійної галузі діяльності залишається в «когнітивній тіні», оскільки не становить для нього будь-якого інтересу, а відтак і не потребує мовного означування.

Із цього випливає, що та сама ділянка навколишнього світу у сприйнятті всього соціуму – з одного боку та його професійно маркованої

фракції – з другого постає в різних пропорціях «помічених» та «непомічених» предметів, або ж, інакше кажучи, характеризується різним ступенем лакуарності. Частка предметів, помічених, відокремлених від загального тла та поіменованих, у картині світу фахівців значно вища, ніж у відповідній ділянці КС пересічних мовців. Як наслідок профі-варіант КС заповнений значно щільніше, в ньому набагато більше денотатів і, відповідно, мовних одиниць, що номінують ці денотати. Таким чином, мовна картина світу (певним своїм фрагментом) сигналізує про фахову належність мовців, які послуговуються цією КС. Для прикладу наведемо кількісні показники англословних лексико-семантичних полів «Водний транспортний засіб» та «Ювелірні прикраси» у двох варіантах: фаховому та нефаховому (дані взято з [2; 6]). Конституенти цих ЛСП номінують об'єкти, добре відомі членам англословної спільноти. Це кораблі, яхти, човни тощо, а також каблучки, сережки, ланцюжки і т. ін. Пересічні мовці знають про ці речі, користуються ними, читають про них у художній літературі, у ЗМІ, в рекламі. Сукупність відповідних артефактів давно існує в матеріальній культурі людства. Отже, бачення цих фрагментів дійсності очима пересічних мовців і мовців, чия фахова діяльність пов'язана з водним транспортом чи ювелірною справою, надає цікавий матеріал для вивчення тонкощів ономасіологічних процесів, спричинених людським чинником.

Згідно з даними, профі-варіант англословного ЛСП «Ювелірні прикраси» в 4,6 раза перебільшує загальнословний варіант цього поля. У ЛСП «Водний транспортний засіб» різниця більша: профі-варіант налічує в 11 разів більше номінацій, аніж загальнословний варіант. Ці показники свідчать: денотатна щільність обох варіантів полів, про які йдеться, дуже різна. Когнітивне бачення відповідної ділянки світу у професіоналів виокремлює і відповідно номінує ті денотати, які виявляються «когнітивно невидимими» для пересічних мовців, будучи, безумовно, видимими перцептивно.

Так, наприклад, тлумачні словники англійської мови (в яких відбито загальнословну КС) фіксують 6 номінацій каблучки: *solitaire ring*, *claddagh ring*, *signet ring*, *engagement ring*, *gimmel ring*, *wedding ring*. Фахові довідкові видання (спеціальні енциклопедії та словники) фіксують загалом 50 номінативних одиниць, що позначають каблучку, серед них, зокрема, *trinity ring*, *dinner ring*, *friendship ring*, *mood ring*, *poison ring* і багато інших. Безумовно,

більшість із цих артефактів відома пересічному мовцеві і він може розрізнити їх, але *перцептивно* сприйняття, яке оминає сито *когнітивного сприйняття*, залишає відповідні об'єкти без спеціальних, окремих для кожного з них, назв. Як наслідок – щільність нефахової мовної КС (у відповідному сегменті) зменшується за рахунок наявності когнітивно-номінативних лакун.

Аналогічну ситуацію спостерігаємо в англословному ЛСП «Водний транспортний засіб». Пересічний носій англійської мови з певним тезаурусним запасом відрізняє просто корабель (*ship*) від човна (*boat*), яхти (*yaught*) або судна, що перевозить рідкі вантажі (*tanker*). Мовець-фахівець морехідної галузі бачить і розрізняє набагато більше типів і підтипів водного транспортного засобу. Для фахівця виявляється недостатнім позначити судно для транспортування рідких вантажів словом *tanker*, йому потрібні 40 номінацій для адекватного (фахового) позначення того класу об'єктів, який у наївній КС має 1 номінацію.

Когнітивне сито, крізь яке проходить інформація щодо об'єкта спостереження, виокремлює ономасіологічно релевантну ознаку «характер рідини, що транспортується»: газ, вода, нафта, хімічні речовини. Залежно від цього об'єкт мислиться і номінується фахівцем як *natural gas ship*, *water-tank boat*, *oil tanker*, *chemical carrier*. Своєю чергою, нафтоналивне судно сприймається як гіперонім для цілої низки більш специфікованих позначень, що містять ономасіологічну ознаку «ступінь переробки транспортованої нафти», яка може бути сировою чи переробленою, і, відповідно, фахівець номінує судно *crude carrier* або ж *product tanker*. Такі характеристики, як тип рідини, ступінь її переробки, перцептуально не є очевидними для ока пересічного спостерігача, але, відбиваючись у конструктивних характеристиках судна, стають такими для ока фахівця.

Натомість така ознака, як розмір судна, *перцептивно* сприймається однаково фахівцем і нефахівцем. При цьому *когнітивно* бачення цієї ознаки у них різне: фахівець сприймає такі судна як *різні* об'єкти, що підлягають окремшньому означуванню. Унаслідок цього з'являються номінативні одиниці *large crude carrying vessel*, *very large crude carrying vessel*, *jumbo tanker*. Для нефахівця відповідні судна є *єдиним* класом об'єктів, а його окремі репрезентанти можуть кваліфікуватися через додаткову описову характеристику «великий», чи «дуже великий», чи «гігантський» танкер, так

само, як і, наприклад, «велика», чи «дуже велика», чи «гігантська» споруда.

Фаховість мовця «примушує» його бачити світ крізь специфічну когнітивну «оптику» і називати певні речі своїми іменами, в той час як пересічні мовці, послуговуючись іншою когнітивною «оптикою», ті ж самі речі можуть залишати не поіменованими. Так, спеціалізовані джерела номінують ювелірні прикраси, поділяючи їх на три різні класи: *fine jewellery* (прикраси, виготовлені лише з коштовних металів із дорогоцінним камінням), *costume jewellery/fallalery* (прикраси з недорогих матеріалів), *bridge jewellery* (прикраси зі сплаву срібла й інших металів, зазвичай міді). Пересічні мовці не можуть не знати різницю між цими класами ювелірних прикрас, вона відбивається на ціні, зовнішньому вигляді виробів, на приписах гарного смаку (не носити змішані прикраси одночасно). Ці знання, проте, залишаються поза когнітивно-ономасіологічною «оптикою» нефакхівців ювелірної справи і не результатуються у різноманітті назв таких денотатів.

Особливим виявом професійного бачення світу є виокремлення тих денотатів, про які пересічні мовці або зовсім не знають, або не знають їхніх спеціальних назв. У зв'язку з цим наведемо міркування Н. Д. Арутюнової щодо часової вісі, «де відкладаються метаморфози предметів <...>, і цей процес виявляє себе в одиничності або множинності номінацій, які стосуються різних форм і фаз існування предмета – від зародження до зникнення» [1, с. 177]. Річ у тому, що побудова судна є тривалим і багатозаповненим процесом, який мало відомий мовцям, далеким від суднобудування чи мореплавства, але є інформативно важливим для тих, хто стикається із зазначеними сферами діяльності. Це яскраво ілюструє приклад із ЛСП «Водний транспортний засіб», а саме: багатокомпонентна номінативна одиниця *floating vessel with machinery* (плавучий корпус із судновими механізмами). Номінований у такий спосіб артефакт лише згодом стане повноцінним судном, але він уже виокремлений когнітивним баченням фахівця і поіменовані спеціальним позначенням. У разі, коли цей артефакт потрапить у поле зору нефакхівця, він, звичайно, буде побачений *перцептивно*, але не отримає якоїсь окремої номінації, бо когнітивно сприймається лише як недобудований корабель, а отже, не вартий спеціальної, окремої номінації.

У ЛСП «Ювелірні прикраси» увагу привертає ціла група найменувань відповідних виробів, які існують у матеріальній культурі соціуму, але

позначені номенами лише в професійному середовищі, про що свідчить їхня відсутність у загальних словниках і наявність у спеціальних джерелах. Ідеться про прикраси для чоловічих і жіночих геніталій: *Prince Albert piercing*, *Princess Albertina dolphin*, *Nefertity piercing*.

Звертаючись до зіставного аналізу професійної і наївної версій картини світу у лінгвокогнітивному аспекті, відзначаємо, що загальною рисою для обох є парадоксальна обернена залежність між прототиповістю характеристики об'єкта номінації і вірогідністю її експлікації у номені чи бодай у дефініції номена. Парадокс полягає в тому, що прототипова, базисна характеристика, яка притаманна об'єкту номінації, майже ніколи не експлікується в назві об'єкта. Натомість характеристика, що є рідкісною, менш очікуваною, практично завжди потрапляє у фокус когнітивно-ономасіологічного бачення.

Так, базисною конструктивною характеристикою судна споконвіку було те, що воно мало *один* корпус. Ця характеристика, безумовно, перцептивно видима для будь-якого спостерігача, але її очевидність робить її когнітивно невидимою. Натомість відхилення від прототипу і поява *двох* корпусів у судна обов'язково експлікується в назві *twin-hull craft*, *split-hull vessel* або у дефініції *catamaran = a double-hull vessel*.

Аналогічні приклади знаходимо в англійському ЛСП «Ювелірні прикраси». Одиничність відповідного артефакту сприймається настільки очевидно, що не потребує вербальної експлікації, а поєднання кількох прикрас у гарнітур, складений із двох чи трьох окремих виробів, які утворюють єдину ювелірну прикрасу, неодмінно потребує експлікації: *parure*, *demi-parure*, *duette*.

Підбиваючи підсумки, наголосимо ще раз на розбіжності перцептивного і когнітивного бачення світу мовцями різних спільнот, зокрема фахівцями та пересічними мовцями. При цьому *перцептивне* бачення є феноменом, спільним для всіх мовців. Натомість *когнітивне* бачення надзвичайно варіює і здебільшого залежить від фахової належності/неналежності мовця. Результатом є багатоваріантність наявних картин світу, лінгвокогнітивний аналіз яких дає підстави, повертаючись до заголовка, стверджувати, що картина світу «показує нам» не тільки, а може, й не стільки світ як такий, скільки людину, якій ця картина належить, адже людський чинник ономасіологічних процесів впливає на конфігурацію, щільність і деталізацію сформованої мовної картини світу.

Список літератури

1. Арутюнова Н. Д. К проблеме функциональных типов лексического значения / Н. Д. Арутюнова // Аспекты семантических исследований / отв. ред. Н. Д. Арутюнова, А. А. Уфимцева. – М. : Наука, 1980. – С. 156–249.
2. Загребельная Н. В. Лексико-семантическое поле «Водное транспортное средство» как фрагмент англоязычной наивной и профессиональной картины мира : дисс. ... канд. филол. наук (10.02.04) / Наталья Вячеславовна Загребельная. – Одесса, 2012. – 194 с.
3. Левицкий Ю. А. Общее языкознание : учеб. пособ. / Ю. А. Левицкий. – 4-е изд. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 266 с.
4. Потебня А. А. Мысль и язык / А. А. Потебня // Потебня А. А. Слово и миф. – М. : Правда, 1989. – С. 17–200.
5. Сусов И. П. Введение в языкознание : учеб. для студ. лингв. и филол. спец. / И. П. Сусов. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2008. – 379 с.
6. Цобенко О. В. Англомовне лексико-семантичне поле «Ювелірні прикраси» : дис. ... канд. філол. наук (10.02.04) / Ольга Василівна Цобенко. – Одеса, 2012. – 200 с.

I. Kolegaeva

WHAT THE WORLD IMAGE SHOWS: HUMAN FACTOR IN ONOMASIOLOGICAL PROCESSES

The article analyzes the appearance of different versions of the world image, namely, professional and naive ones. It clarifies the role of human factor (professional / lay men speakers) in onomasiological processes of diversified nominating identical segments of material culture. Illustrations are taken from English lexico-semantic fields “Water crafts” and “Jewellery”.

Keywords: world image, onomasiology, perceptive and cognitive vision of the world.

Матеріал надійшов 11.09.2013

УДК 81'42:81'271.16

Монахова Т. В.

АЗІРІВКА ЯК СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ ФЕНОМЕН

Статтю присвячено дослідженню реалізації мовної гри в українському Інтернеті. Мовленнєвим підґрунтям новітньої мовної гри українців став ідіолект Прем'єр-міністра України Миколи Яновича Азарова. Продукування текстів в Інтернеті відповідно до особливостей мовлення М. Я. Азарова оформилося в певне соціолінгвістичне явище, яке й розглянуто в цій статті.

Ключові слова: мовна гра, ідіолект, інтернет-спілкування, азірівка.

Якщо погодитися з тезою, що ми живемо в культурно-історичну епоху, яку можна окреслити терміном «постмодернізм», доведеться погодитися з тим, що мовна гра стає важливим атрибутом сучасного спілкування. Мовна гра поширилася в наш час і на ті сфери диглосійного поля, де раніше, навіть у нещодавній минувшині, було важко її уявити: у мові політичних і громадських діячів, засобів масової інформації, а головне – у

всесвітній мережі Інтернет. Спеціальну мову Інтернету нині активно досліджують як українські, так і зарубіжні мовознавці. Свідоме й подекуди системне порушення мовних норм під час інтернет-спілкування спостерігають і в україномовних, і в англомовних, і в інших контентях.

Але метою цієї розвідки є не розгляд і опис особливостей української інтернет-мови, а, власне, аналіз суспільно-мовних реакцій навколо