

И. Т. ВЕПРЕВА, УОНГ МИНЬ ТУАН
(Уральский федеральный университет им. первого Президента
России Б.Н.Ельцина, г. Екатеринбург, Россия)

УДК 81'23:81'373.2

О ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ЭКСПЕРИМЕНТЕ ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ ОНОМАСТИЧЕСКОГО КОНЦЕПТА (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЦЕПТИВНОГО ОБРАЗА ВЬЕТНАМА)²

Аннотация. В статье приводятся результаты экспериментального исследования, выявляющего перцептивный образ Вьетнама. На предварительном этапе исследования на базе энциклопедических словарей была построена когнитивная матрица ономастического концепта *Вьетнам*, ядром которой является название географического объекта. Периферийную часть матрицы образуют различные сферы знания о географическом положении, государственном строе, экономике, культуре, религии, истории и др. Сводное описание реакций, полученных в ходе эксперимента, показывает, что в языковом сознании носителей русского языка сформирован перцептивный образ Вьетнама. В качестве ведущих концептуальных признаков представлены признаки, характеризующие местоположение страны, климатические и природные условия, культуру, инфраструктуру, язык, религию. Перцептивный образ Вьетнама в сознании носителя языка коррелирует с концептуальными понятийными признаками научной картины мира.

Ключевые слова: эксперимент, ономастический концепт, психолингвистика, перцептивный образ, когнитивная матрица, образ Вьетнама.

Цель нашей работы – выявление перцептивного образа Вьетнама в ходе экспериментального исследования, определение объема этнокультурной информации концепта *Вьетнам* в язы-

² Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №19-012-00399 А «Аксиологический потенциал современной русской метафоры»

ковом сознании носителей русского языка. Перед изложением результатов эксперимента обоснуем ход нашего исследования.

С 90-х годов XX века термин *концепт* закрепляется в отечественном и зарубежном языкознании и становится одним из базовых понятий в работах по когнитивной лингвистике и лингвокультурологии. Несмотря на то, что «научный рынок перенасыщен подобными публикациями <...>: модными терминами «ментальность» и «концепт» их авторы пользуются как словечком «сезам», открывающим вход в заветную пещеру» [Колесов 2010: 19], в настоящее время концепт продолжает оставаться одним из центральных терминов в современной лингвистической науке. Наряду с исследованиями базовых для русской культуры концептов современная когнитивная лингвистика обращается к разработке ономастических концептов, эффективно выявляя этнокультурные особенности когнитивных единиц, а также средства репрезентации данных особенностей.

Имя собственное, вербализатор ономастического концепта, имеет особую семантику. Так, изучение разными отраслями наук топонимов, одного из классов ономастикона (наряду с антропонимами), позволяло топонимику – науку о географических названиях – считать не частью лингвистики, а особой областью знаний, сложившихся на стыке лингвистики, истории и географии. Но, как писал основатель Уральской ономастической школы проф. А.К. Матвеев, «собственные имена (СИ) — *nomina propria* (NP) — суть слова, поэтому их изучение в качестве одного из атрибутов языка, как и изучение всех других слов, является предметом и прерогативой лингвистической науки» [Матвеев 1974: 8]. Будучи единицами лингвистического анализа, имена собственные манифестируют особую специфическую семантику, которая ставит перед исследователями вопрос, наличествует ли лексическое значение у собственного имени. Символично в этом плане использование кавычек Н.И. Толстым в названии статьи: «Еще раз о «семантике» имени собственного» [Толстой 1970: 200].

Обобщая высказывания целого ряда ученых по поводу имени собственного, скажем, что функция имени собственного – «идентифицирующая (отождествлять предмет) и дифференци-

рующая (отличать предмет от других предметов)» [Норман 2009: 39]. Эту специфику имени собственного можно пояснить через понятия «референт» и «денотат»: «У имен собственных есть референт, но нет денотата; в этом отношении они сближаются с местоименными словами» [там же: 40].

Когнитивная наука привнесла много нового в лингвистический аппарат. Концепт как базовая единица когнитивной семантики, в котором принято описывать понятийную сторону языка, дает возможность по-другому взглянуть и на специфику онима, рассмотрев вопрос о его семантике.

Имена собственные стали рассматриваться как корпус неязыковых, т.е. фоновых знаний, ассоциаций, представлений исторического, этнографического и культурного плана, как символ, обладающий расширенной ассоциативной сетью потенциальных значений, как средство сохранения исторической памяти народа и орудие формирования и выражения ономастического знания в человеческом сознании [Щербак 2008: 11]. Эти и подобные характеристики привели к появлению новой концепции имени собственного и к возникновению термина «ономастический концепт».

Понятие *ономастический концепт*, по мнению Н.Н. Болдырева, формируется языковым и речевым значением имени собственного, а также его экстралингвистическими характеристиками – это единица «осмысленного (осознанного) знания о предмете или событии, их отдельных свойствах, характеристиках, взаимосвязях с другими предметами и событиями, которой оперирует человек в процессе речемыслительной деятельности» [Болдырев 2016: 4]. Проблема изучения имени собственного как экспликатора концепта ставится и находит свое решение в ряде диссертационных работ, например, Л.Е. Адясовой о концепте *Советский Союз* [Адясова 2015], О.А. Гришиной о концепте *Америка* [Гришина 2004], А.И. Белоусовой о концепте *Россия* [Белоусова 2011], О.А. Куданкиной о концепте *Германия* [Куданкина 2005], Ши Ся о концепте *Китай* [Ши Ся 2008] и др.

Проблема выявления структуры ономастического концепта является актуальной для ономатологов, которые в своих работах опираются на общепринятую в отечественной лингвистике кон-

цепцию: структура концепта включает образующие концепт базовые структурные компоненты разной когнитивной природы – чувственный образ, информационное содержание и интерпретационное поле, описывается как перечисление когнитивных признаков, принадлежащих каждому из этих структурных компонентов концепта [Воркачев 2002; Карасик 2013].

Имена собственные обрабатываются языковым сознанием особым образом. Имя собственное связывается не с объектом, а с объемом информации об объекте. Средством доступа к информационной базе концепта являются энциклопедические словари. Концепт *Вьетнам*, представляя собой фрагмент коллективного сознания, имеет языковую реализацию, отраженную в энциклопедических источниках, благодаря которым может быть выявлено его ядро-понятийное содержание как составляющая научной картины мира.

На базе рассмотренных нами энциклопедических словарей, включающих издания дореволюционные, советского и постсоветского времени, мы построили когнитивную матрицу, которая, по мнению Н.Н. Болдырева [Болдырев 2014: 57], считается наиболее подходящей структурой формирования значений ономастических концептов, когнитивным фоном которых является многоаспектное знание.

Когнитивная матрица концепта *Вьетнам* построена по типу «ядро – периферия». Ядром матрицы является название географического объекта. Периферийную часть матрицы образуют различные аспекты (сферы) знания о географическом положении, государственном строе, экономике, культуре, религии, истории и др., обращение к которым необходимо для понимания содержания топонима.

В то же время для моделирования организации топонимического концепта эффективным является обращение к индивидуальному сознанию человека, в котором происходит связь лингвистических и экстралингвистических факторов (таких как условия жизни человека, профессия, пол, образование, возраст, культурный уровень общества, носителей топонимикона). А значит, исследование топонима переходит к выявлению индивидуальных представлений людей об окружающем мире. При-

влечение экспериментальных методик в качестве одного из методов изучения концептов отражено во многих концептологических исследованиях [Вепрева, Петкау 2012; Коновалова 2000; Стернин 2006 и др.].

Одним из этапов нашего исследования является проведение психолингвистического эксперимента, целью которого является выявление образной составляющей концепта *Вьетнам*. Нами был проведен направленный ассоциативный эксперимент в форме анкетирования, в котором приняли участие 204 носителя русского языка (81 юноша и 123 девушки – студенты Уральского федерального университета). Выявление образной составляющей концепта *Вьетнам* проводилось на основе анкеты, включающей 5 ассоциативных вопросов, которые позволяют добыть чувственно-образное знание об изучаемом объекте у информантов. В ходе психолингвистического эксперимента респондентам было предложено ответить на следующие вопросы:

Вьетнам – какой он? Какие краски Вьетнама Вас будут радовать? Какие запахи Вы будете вдыхать? Какие звуки доносятся до слуха? С чем ассоциируется у Вас зрительный образ Вьетнама?

Количественная обработка результатов проведенного опроса позволила определить классификационные признаки концепта *Вьетнам*, которые будут сравниваться с набором концептуальных сфер, выявленных на основе анализа энциклопедических словарей.

Реакции информантов на первый общий вопрос *Вьетнам – какой он?* помогают сформировать ядерный набор когнитивных признаков. Прежде всего, Вьетнам характеризуется как незнакомая и малоизученная страна:

загадочный / незнакомый / необычный / странный / таинственный / экзотический / экзотичный / чужой / неведомый / неизведанный / неизвестный / неисследованный / непонятный / малоизвестный / малоизученный / загадочный / непредсказуемый / мистический (71 реакция = 34,7 %).

Ономастические концепты, которые становятся объектом изучения лингвистов, обычно обладают широкой интерпретационной зоной, богатым лингвокультурологическим содержанием. В

отличие от концептов такого рода концепт *Вьетнам* может быть определен как концепт-минимум [Wierzbicka 1985]. Знание концепта-минимума – это неполное владение смыслом, которое, однако, по Вежбицкой, не должно быть ниже некоторой границы. В качестве иллюстрации приведем пример из ее книги «Lexicography and Conceptual Analysis», связанный со смыслом концепта *велосипед*: «If some one does not know that pedals and a seat are parts of a bicycle, he does not understand fully what a bicycle is his concept is incomplete» (Если кто-то не знает, что педали и сиденье являются частями велосипеда, он не понимает полностью, что такое велосипед, его знание концепта будет неполным) (Перевод наш. – *Ведрева, Уонг Минь Туан*). При этом содержание концепта-минимума не может быть ниже некоторой границы, за которой следует считать, что носитель языка данным концептом просто не владеет: «If he does not know that one wheel goes behind (not beside) the other he does not know that bicycle mean she lack the concept» (Если он не знает, что одно колесо идет позади другого (а не рядом), то он не владеет смыслом слова и концепта ‘‘велосипед’’) (Перевод наш. – *Ведрева, Уонг Минь Туан*) [Wierzbicka 1985: 104–107].

Отмечая, что Вьетнам – малоизвестная страна, респонденты, тем не менее, называют признаки, входящие в разные концептуальные сферы когнитивной матрицы концепта. Указывают:

– на климатические условия страны: *горячий / жаркий / солнечный / тропический* (40 реакций = 19,6%); *влажный, дождливый* (7);

– географическое расположение: *далекий* (15 реакций = 7,3%); *восточный / азиатский* (10 реакций = 4,9%); *водный, прибрежный* (1 реакция);

– особенности природного ландшафта: *зеленый, джунгли* (15 реакций = 7,3%);

– особенности экономики и государственного устройства: *развивающийся* (4); *коммунистический* (2); *социалистический, советский* (1).

В хроматологическом образе концепта *Вьетнам* приоритетным является

зеленый цвет (104 реакции = 50,9%). Кроме этого, были указаны *красный* (90 реакций = 44,1%); *желтый* (68 реакций = 33,3%); *голубой / синий* (55 реакций = 26,9%); *оранжевый* (21 реакция = 10,2%); на периферии – *яркий* (17), *серый* (8), *бирюзовый* (7).

Мы связываем полученные реакции с базовыми природными элементами страны: богатой растительностью, голубым небом, ярким солнцем.

Ольфакторный образ концепта *Вьетнам* включает запахи природы и города. Ядро перцептивного образа концепта составляют классификационные природные признаки:

– запах *моря / морепродуктов / морской соли / морского бриза / морского воздуха / морского ветра / пляжа, песка, соли; запахи воды* (49 реакция = 23,9 %);

– запах *тропических / вкусных / свежих фруктов* (31 реакция = 15,1%);

– запах *очаровательных / экзотических / тропических / цветочных / благоухающих / душистых цветов / цветущих растений / ароматы нежных роз* (22 реакции = 10,7%);

– запахи *деревьев / листьев / растений / водорослей, вынутых на солнце / зелени* (13 реакций = 7,3%);

– запахи *приятных / свежих трав* (9 реакций = 4,4%);

– запахи *леса / джунглей* (9 реакций = 4,4%); *свежесть* (11 реакций = 5,3%); *тропические запахи* (4 реакции = 1,9%);

– запахи *сырости / влажный запах, воздуха, дождя* (6 реакций = 2,9%). Ольфакторный образ природы дополняет концептуальные сферы когнитивной матрицы Вьетнама – «климат», «природные особенности», «географическое расположение».

В ядро запахов городской цивилизации входят:

– запахи *приятных (ароматных) специй / восточных пряностей / приправ* (43 реакций = 20,9%);

– запах *загрязненного воздуха / выхлопной / угарный газ от мотоциклов / скутеров в городе / нефть / бензин / пыль / дым / задымленный город* (19 реакций = 9,3%);

– запах *кухни: национальной / местной / вьетнамской / восточной / традиционной / уличной* (10 реакций = 4,9%); *острой / сладковато-острой еды* (5 реакций = 2,4%);

- запах *соусов* (3 реакции = 1,4%); *благовонный / вкусный / приятный / ароматный / сладкий* (9 реакций = 4,4%);
- запах напитков: *чая / ароматного чая / кофе / кафе* (8 реакций = 3,9%);
- запахи *рыбы / рыбные* (6 реакций = 2,9%);
- запахи разложения и грязи: *гниения на море отбросов / мусора / грязных дорог / неубранных улиц / канализации* (6 реакций = 2,9%).

На периферии:

- запахи *жизни / веселой ночной жизни* (2);
- запахи *бальзама «Звездочка»* (2),
- запахи храма: *буддийских храмов / древних храмовых комплексов* (2),
- запахи *неприятные, непривычные для России* (2);
- запах *счастья* (1).

Ольфакторный образ городской цивилизации позволяет опосредованно оценить знание экономики страны носителями языка: Вьетнам – страна с большими городами, с храмами и развитой инфраструктурой; знание культуры страны, включающей национальную кухню; знание религии.

Аудиальный образ концепта *Вьетнам* дополняет перцептивную картину Вьетнама. Это, во-первых, звуки городской жизни:

шум города, шум городской жизни (8 реакций = 3,9%); *Шум / звук / гул улиц* (10 реакций = 4,9%); *гул / шум / гудки / звуки мотоциклов, машин, многочисленных мопедов, скутеров, стук колес, шум мотора мопедов, звуки моторов, двигателей / скутеров, звуки автомобилей, шум / сигналы транспорта* (39 реакций = 19,1%); *шум рынка (ов) / звук базара* (14 реакций = 6,8%).

Во-вторых, респонденты отмечают также:

- звуки природы: *звуки (живой) природы (рек, водопадов, шума деревьев)* (11 реакций = 5,3%);
- пения птиц: *пение, щебетание (экзотических) птиц / птичьи трели, пение / стрекот птиц* (42 реакции = 20,6%);
- звуки моря: *звуки / шум / моря (морских волн), прибоя моря / океана / морской волны* (32 реакции = 15,6%); *шум / звук океа-*

на (5 реакций = 2,4%); звуки воды (18 реакций = 8,8%); хруст пляжного песка (1).

– лесного шума: шум / шелест деревьев, листьев, шуршания листвы, деревьев (16 реакций = 7,8%); звуки ветра (10 реакций = 4,9%); шум дождя (4); жужжание насекомых, кузнечиков (5); шипение змей (1).

Третья группа ответов – звуки чужого языка, вербализирующие концептуальную сферу «язык»:

– нерусские, шумные **разговор(ы)** людей, жителей, прохожих, продавцов, на рынке, на вьетнамском языке (16 реакций = 7,8%);

– **речь** множества вьетнамцев, незнакомая, чужая, вьетнамская, местная, жителей, неизвестная (16 реакций = 7,8%);

– (**громкие**) **голоса** людей, жителей, продавцов, толпы с рынка, множество голосов (10 реакций = 4,9%);

– **молитвы** монахов из храма (1).

Четвертая группа – музыкальные звуки:

– **музыка** мелодичная, национальная, азиатская, ресторанов, ночной, гармоничной музыки, на восточный мотив (17 реакций = 8,3%);

национальный гимн и **песни** уличные народные, уличных музыкантов (6 реакций = 2,9%);

– звуки национальных, традиционных, музыкальных, восточных **инструментов** (5); скрипка / виолончель / гитара / барабаны / прекрасные звуки духовных инструментов / звук национальной музыки / колокольчика (1); приятные, легкие, глубокие, азиатские мотивы (1). Ответы респондентов относятся к концептуальной сфере «культура».

Визуальный образ концепта *Вьетнам* дополняет характеристику природного ландшафта страны:

– **тропическая, необычная, яркая, красивая природа, пейзажи** (сказочные, красивые, с красотой залива Халонг) (13 реакций = 6,3%); **открытое море, морской пейзаж, океан, территория, окруженная водой; райский пляж, голубая, прозрачная вода** (31 реакция = 15,1%); **джунгли, тропический лес, пальмы, тропики, много зелени** (38 реакций = 28,5%); **горы, высокие горы с облачной дымкой над вершинами, множество гор** (10 реак-

ций = 4,9%); реки (мелководные, Меконг), большое количество каналов (6 реакций = 2,9%); поле, рисовые поля, плантации (7 реакций = 3,3%).

Вторая группа ассоциаций связана:

– с градостроительным обликом Вьетнама: *разностилевые постройки с древними пагодами, небольшие улочки, старинная / древняя архитектура, мавзолей Хошимина, дорога в зелени, с большими домами и многочисленными рынками, маленькие яркие дома, исторические памятники, миниатюрные дома, небольшие городки, города с огромным количеством транспорта, а также толкучка на улицах; с маленькими уютным городком, мегаполисы, шумные города, где люди перемещаются на мотоциклах и велосипедах* (16 реакций = 7,8%);

– с храмами: *большие, буддийские, со множеством храмов и императорских дворов, всевозможные храмы, статуи, древние храмы, темно-синее озеро с розовыми лотосами, рядом с которым стоит буддийский храм; необычные храмы* (13 реакций = 6,3%);

– с рынками: *рыночками, палатки торговые, с большим количеством рынков, рынки, шумный восточный базар, ряды торговых точек* (12 реакции = 5,8%).

Полученные ответы, связанные с визуальным образом, дают возможность оценить знание информантами истории Вьетнама: исторические факты военного противостояния Вьетнама с США в 1964–1975 гг. прочно связали образ Вьетнама с войной:

– *война с США, протесты в Вашингтоне; солдат в джунглях, американский солдат в тропиках, которому оторвало руку; свобода от США, М-16, цельнометаллическая оболочка, бомбежка.*

Подведем итоги. Особенности описания ономастического концепта связаны с тем, что показания обыденного языкового сознания исследователю приходится «добывать» экспериментальным путем в связи с отсутствием лексикографической фиксации топонимов в толковых словарях. Сводное описание реакций, полученных в ходе эксперимента, показывает, что в языковом сознании носителей русского языка сформирован перцептивный образ Вьетнама. В качестве ведущих концептуальных

признаков представлены признаки, характеризующие местоположение страны, климатические и природные условия, культуру, инфраструктуру, язык, религию, историю. Эти аспекты полностью накладываются на концептуальные сферы когнитивной матрицы, выявленной с опорой на энциклопедические словари. Перцептивный образ Вьетнама в сознании носителя языка коррелирует с концептуальными понятийными признаками научной картины мира.

ЛИТЕРАТУРА

Адясова Л. Е. Концепт *Советский Союз* и его языковая экспликация в современном российском медиадискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Нижний Новгород, 2015.

Белюсова А. И. Ономастический концепт «Россия» в заголовочном комплексе газетного дискурса: лингвокогнитивный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Череповец, 2011.

Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. Изд. 4-е, испр. и доп. – Тамбов, 2014.

Болдырев Н. Н. Когнитивная природа языка. – М. : Берлин, 2016.

Вепрева И. Т., Петкаю А. Ю. Возрастная специфика осознания концепта здоровье // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. Вып. 10. – Екатеринбург, 2012.

Воркачев С. Г. Методологические основания лингвоконцептологии // Теоретическая и прикладная лингвистика. Вып. 3. Аспекты метакоммуникативной деятельности. – Воронеж, 2002.

Гришина О. А. Актуализация концепта *Америка* в современном русском языке (на материале публицистических текстов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Архангельск, 2004.

Карасик В. И. Языковая матрица культуры. – М., 2013.

Колесов В. В. Классификация ментальных исследований языка с позиции философского реализма // Концептуальные исследования в современной лингвистике: сб. ст. / отв. ред. М.В. Пименова. – СПб. : Горловка, 2010.

Коновалова Н. И. Демонологическая лексика как фрагмент концепта «сакральное» в русском языковом сознании // *Язык. Система. Личность.* – Екатеринбург, 2000.

Куданкина О. А. Актуализация концепта «Германия» в российской публицистике: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2005.

Матвеев А. К. Тезисы о топонимастике // *Вопросы ономастики.* Вып. 7. – Свердловск, 1974.

Норман Б. Ю. Лингвистическая прагматика (на материале русского и других славянских языков): курс лекций. – Минск, 2009.

Стернин И. А. Экспериментальные методы в лингвистической концептологии // *Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности.* Вып. 4. – Екатеринбург, 2006.

Толстой Н. И. Еще раз о «семантике» имени собственного // *Актуальные проблемы лексикологии: тез. докл. и сообщений.* – Минск, 1970.

Ши Ся Концепт «Китай» в русском быденном языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2008.

Щербак А. С. Региональная ономастика в когнитивном аспекте. – Тамбов, 2008.

Wierzbicka A. Lexicography and Conceptual Analysis. – Ann Arbor : Karoma, 1985.

©Вепрева И. Т., 2019
© Уонг Минь Туан, 2019