

sememes into separate segments of the concept nucleus. There are three such segments. Each of them reflects some specific cultural scenario of social interactions among English speaking people. Evaluative hierarchy of such scenarios displays itself through different intensity of creating middle layer of the concept by means of producing various nominal word combinations which contain the sememe *security*, coming from different segments of the nuclear layer. The results of the undertaken linguocognitive analysis of the nuclear and middle layers of the concept SECURITY prove that the concept in question, as a part of the English world image, first and foremost accentuates the idea of *security and protection against aggressive influence*, then the idea of *financial/legal guarantee* is put forward, and then comes the idea of *freedom from anxiety/danger*.

Key words: concept, linguocognitive research, seme, sememe, lexeme, world image.

Стаття надійшла до редколегії
16.01.2015 р.

УДК 811.111'23'373.423

Оксана Литвин

Дослідження антонімічних відношень у психолінгвістичному експерименті

У статті викладено методику проведення та результати психолінгвістичного експерименту, скерованого на виявлення структури та наповнення лінгвістичної категорії антонімії в англійській мові. Респондентами виступили 70 лінгвістів (наукові співробітники, викладачі університетів та коледжів), носії англійської мови, з різних країн. У ході експерименту опитувані мали визначити, якою мірою певні антонімічні пари (20 пар) репрезентують явище лексичної антонімії, оцінюючи за шкалою «0–3». Матеріали для експерименту були відібрані з англійських монографій, підручників та лінгвістичних енциклопедій. Аналіз результатів експерименту дав змогу окреслити центральну зону розглядуваної категорії, тобто виокремити антонімічні пари, які, на думку опитаних лінгвістів, найкраще репрезентують відношення лексичної антонімії. У ході експерименту виявлено, що оцінка їхньої репрезентативності майже не залежить від рангу в лінгвістичних працях. Дані експерименту дають можливість стверджувати, що більшість антонімічних пар, поданих як приклади в лінгвістичних працях, є типовими у категорії антонімії і складають її центральну зону.

Ключові слова: психолінгвістичний експеримент, лінгвістична категорія, структура категорії, антонімія, антонімічна пара, сатисфактиви.

Постановка наукової проблеми та її значення. Із середини ХХ ст. психолінгвістичний експеримент є одним з основних методів дослідження категорій свідомості, в тому числі і лінгвістичних. Як відзначають лінгвісти, чимало сучасних досліджень ґрунтуються на даних психолінгвістичних експериментів [1, с. 115], оскільки цей метод дає змогу проникнути у свідомість респондентів та отримати достовірні дані для подальших досліджень. Дані психолінгвістичних експериментів дали змогу лінгвістам виявити факт неоднорідності природних категорій, таких як «меблі», «птахи», «посуд», «колір», «гра», «музичні інструменти» (Е. Рош, К. Мервіс, Дж. Лакофф, Дж. Тейлор, Р. Фрумкіна, В. Старко, О. Хаджиоглова). Актуальність нашого дослідження вбачаємо у необхідності дослідження не лише природних, а й штучних (зокрема, лінгвістичних) категорій свідомості методом психолінгвістичного експерименту.

Мета статті – проаналізувати результати психолінгвістичного експерименту, скерованого на виявлення структури та наповнення лексичної категорії антонімії у свідомості лінгвістів – носіїв англійської мови. **Матеріал** дослідження – 70 анкет, заповнених респондентами-лінгвістами, які містять загалом 1400 виставлених оцінок.

Об'єктом дослідження є результати опитування англійськомовних респондентів. **Предметом** виступає структура та наповнення лексичної категорії антонімії, яка побудована на основі даних психолінгвістичного експерименту.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Дослідники відносять антонімію до одного з основних видів системно-семантичних зв'язків між мовними одиницями. Лінгвісти наголошують на тому, що відношення контрасту є фундаментальним для людського мислення [4; 5], а антонімія посідає центральне

місце серед усіх видів лексико-семантичних відношень, оскільки відіграє важливу роль в організації лексикона [3]. Британська дослідниця Л. Мерфі називає антонімію «архетипним лексико-семантичним відношенням» [6, с. 169]. Проблему антонімії на матеріалі різних мов вивчали Дж. Лайонз, Ю. Апресян, В. Комісаров, Л. Введенська, Е. Родичева, Л. Новіков, Й. Стернін, В. Левицький, О. Тараненко, В. Русанівський, Н. Бобух та ін. Незважаючи на різні підходи до розуміння антонімії (у вузькому та ширшому її сенсі), дослідники сходяться на тому, що антонімія виражає концептуальну протилежність, втілену у мові.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Для визначення структури та наповнення лінгвістичної категорії антонімії у свідомості носіїв англійської мови ми провели психолінгвістичний експеримент. У ньому взяли участь 70 лінгвістів з англійськомовних країн (США – 27 респондентів; Велика Британія – 14; Канада – 15; Австралія – 10, Нова Зеландія – 4). Респондентами були лінгвісти (наукові співробітники, викладачі університетів та коледжів), для яких англійська мова рідна.

Експеримент проводився таким чином. На бланку було подано список із 20 різних пар антонімів, розміщених за алфавітом. Зазначимо, що ця вибірка становить приблизно 9 % ілюстративного матеріалу, представленого в 13-ти лінгвістичних працях. Опитуваним потрібно було оцінити подані пари лексем за їхньою репрезентативністю. Експеримент супроводжувався такою пояснювальною запискою:

«Imagine that you are preparing a lecture on lexical semantics, and you wish to give your students a clear explanation of one of the main types of paradigmatic relations in the lexicon – antonymy.

Please type numbers into the cells shaded in yellow, to show your evaluation of the following examples, using a scale of 0 to 3 points in which

0 = examples which you consider to be totally unsuitable for illustrating this type of relation;

1 = examples which only typify certain very specific cases of this type of relation;

2 = examples which may possibly be used to illustrate this type of relation;

3 = the most ideal example for illustrating this type of relation».

Таким чином, оцінку «0» мали отримати приклади, які взагалі, на думку респондентів, не підходять для ілюстрації антонімії; оцінку «1» – пари антонімів, які ілюструють певний специфічний випадок цього типу відношень; оцінку «2» – пари лексем, які задовільно підходять для ілюстрації антонімії; оцінку «3» – найкращі приклади для пояснення антонімії.

На бланку було подано такі антонімічні пари: *aim – hit; alive – dead; ascend – descend; big – small; come – go; fill – empty; good – bad; happy – unhappy; honest – dishonest; hot – cold; long – short; male – female; north – south; old – new; on – off; pass – fail; proper – improper; seek – find; true – false; up – down*. Матеріал для експерименту був відібраний із масиву прикладів, які навели автори 13-ти англійськомовних монографій, підручників та лінгвістичних енциклопедій ([див. докладніше [2]). Зазначимо, що при відборі антонімічних пар для експерименту ми насамперед зважали на частотність їхнього використання як прикладів у лінгвістичних працях. Так, із загальної кількості (226 різних пар, без урахування повторів) ми вибрали 20 пар, що мають в масиві прикладів (423 пари) різну частотність. Для оцінки вагомості поданих прикладів усі пари антонімів, вибрані з лінгвістичних джерел, були розподілені на 11 груп залежно від рангу, який вони отримали за частотністю. Ранг має вигляд простого дроби, де в чисельнику вказується кількість згадувань певної пари, а в знаменнику – загальна кількість лінгвістичних джерел. Приміром, у всіх 13 джерелах була використана антонімічна пара *alive – dead*, у 12 джерелах – пара лексем *hot – cold*, у 9 працях – пара антонімів *good – bad*. Відповідно, ці пари отримали такі ранги: 13/13, 12/13 та 9/13. У тих випадках, коли в спільній за рангом групі були об'єднані від 2 до 150 пар, ми обирали з них по декілька прикладів, спираючись на програму вибірки випадкових чисел (онлайн генератор Randomus). Таким чином, в опитнику досить рівномірно представлені усі ранги антонімічних пар.

При відборі прикладів ми також враховували частиномовний параметр, а також морфемну будову антонімів. Подані в опитнику пари лексем представлені здебільшого прикметниками (55 %) та дієсловами (30 %), рідше іменниками, прислівниками та прийменниками (по 5 %). Такий розподіл корелює з ілюстративним матеріалом лінгвістичних джерел, оскільки серед одиниць, які утворюють виявлені нами у цих працях антонімічні пари, також переважають прикметники (59,1%) та дієслова (26 %), рідше трапляються іменники (6,62 %), прислівники (6,15 %), прийменники (1,89 %) [2]. Для

експерименту були відібрані переважно різнокореневі, або власне лексичні, антоніми (80 %), оскільки вони домінують як приклади і в досліджуваних лінгвістичних працях (85 %).

Для виявлення структури розглядуваної категорії у свідомості лінгвістів ми обрахували середню оцінку, поставлену респондентами кожній парі антонімів. Згідно з отриманими результатами, 20 пар розподілилося між трьома групами. Першу групу утворюють 15 пар (75 %), які отримали найвищий середній бал «2,50–2,83». Це такі пари: *hot – cold, good – bad, alive – dead, happy – unhappy, honest – dishonest, true – false, ascend – descend, big – small, old – new, pass – fail, up – down, long – short, on – off, north – south, fill – empty*. Другу групу формують три пари антонімів (15 %), середня оцінка яких коливається в межах «2,30–2,34»: *male – female, come – go, proper – improper*. Дві антонімічні пари (10 %) розміщені з досить великим відривом від інших пар. Це пари *aim – hit* та *seek – find*, які отримали середній бал – «0,13» та «0,84» відповідно. Ці пари належать до особливого класу опозитів, виділеного лише у монографії Д. Круза. Лінгвіст позначає цей клас терміном «сатисфактиви» (*satisfactives*) і називає його слабкою формою антонімів (один член пари позначає спробу щось зробити, а інший – успішне виконання дії) [4].

Як бачимо, досить плавного переходу від найвищої до найнижчої середньої оцінки немає. Між утвореними трьома групами існують розриви (рис. 1). Між першою і другою групами розрив невеликий і становить «0,16». Між другою та третьою розрив значно більший – «1,46». Звернімо увагу, що між позначками «1» та «2» на відрізку немає жодної пари. Цей факт дає підстави говорити про певні зони в межах досліджуваної категорії.

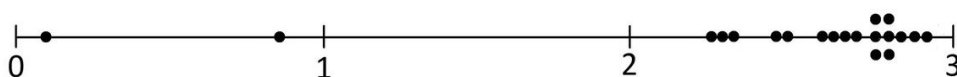


Рис. 1. Перехід від найвищої оцінки до найнижчої сатисфакторів

Таким чином, 90 % поданих в опитнику пар отримали оцінку від «2,30» до «2,83». Низька оцінка двох пар сатисфактивів є доволі очікуваною, оскільки цей клас антонімів був виокремлений лише в одній праці. На нашу думку, такі опозиції не можна вважати типовими антонімами. Цікавим є той факт, що дві пари сатисфактивів респонденти оцінили по-різному. Їхні середні бали різняться між собою на «0,71», тобто майже на один бал.

Отже, респонденти-лінгвісти підтвердили, що їхні колеги – автори монографій, підручників та лінгвістичних енциклопедій, дібрали для ілюстрації адекватні пари антонімів англійської мови. Звернімо увагу, що до першої групи з найвищими середніми оцінками («2,50–2,83») увійшли як ті пари, що мають високий ранг у лінгвістичних працях (*hot – cold, good – bad, alive – dead, long – short, true – false*), так і ті, що отримали значно нижчий ранг. Приміром, пари *happy – unhappy, old – new* та *on – off* з рангом 3/13 в експерименті отримали досить високі оцінки («2,76», «2,74» та «2,61» відповідно); так само пари антонімів *ascend – descend* та *fill – empty* з рангом 2/13 отримали високі бали («2,74» та «2,50» відповідно).

Зауважмо, що респонденти оцінили подані спільно- та різнокореневі антонімічні пари приблизно однаково. Зазначимо також, що в групі з найвищими оцінками опинилися переважно градуальні (40 %) та комплементарні (33 %) антоніми.

Крім того, в експерименті нас цікавила та загальна оцінка, яку кожен лінгвіст дав вибірці антонімів у цілому. Для цього ми обрахували середній бал, який поставив кожен із 70 респондентів усім 20 поданим парам. Більшість опитаних лінгвістів (58,6 %) присвоїла представленим прикладам дуже високу оцінку («2,50–2,95»). Отже, на їхню думку, приклади антонімічних пар підібрані майже ідеально. Досить високо («2,05–2,45») оцінила подані пари майже третина респондентів (31,4 %). На їхню думку, майже всі пари підібрані досить вдало. Три респондента (4,3 %) оцінили приклади задовільно («1,65–1,85»). Четверо опитаних оцінили пари в межах «1,05–1,4». Таким чином, найвищий середній бал, який лінгвісти дали вибірці загалом, становить «2,95», а найнижчий – «1,05».

Вважаємо, що, оцінюючи адекватність певної пари, слід також враховувати, скільки оцінок «0» отримала та чи та пара. Це досить показовий параметр. Адже якщо лінгвіст оцінює пару саме так, то, на його думку, ця пара не повинна використовуватись для ілюстрації антонімії взагалі. Найбільше нульових оцінок в експерименті отримали подані пари сатисфактивів *aim – hit* та *seek – find* (в середньому від 71 % респондентів ці пари отримали бал «0»). Отже, опитувані лінгвісти не вважають, що ці пари слід використовувати як приклади антонімів. Інші антонімічні пари отримали значно менше

оцінок «0». Шість респондентів (8,6 %) поставили оцінку «0» парі *male – female*, яка ілюструє корелятивну протилежність (протиставлення за статтю). Четверо лінгвістів поставили нулі парі векторних антонімів *come – go*. Троє опитаних поставили нулі шести парам (*alive – dead, ascend – descend, pass – fail, on – off, north – south, fill – empty*). Два лінгвісти поставили оцінку «0» парам *true – false* та *up – down*. П'ять пар (*hot – cold, good – bad, happy – unhappy, old – new, proper – improper*) отримали оцінку «0» лише від одного респондента. Три пари з вибірки (*honest – dishonest, long – short, big – small*) не отримали жодного нуля. Таким чином, вісім пар (40 %) отримали нулі лише від одного респондента або взагалі не отримали оцінку «0». Зауважмо, що в цю групу входять усі подані в експерименті пари градуальних та кілька пар комплементарних антонімів.

Висновки. На нашу думку, факт використання будь-яких лексичних одиниць у ролі прикладів указує на те, що лінгвісти розглядають їх як досить репрезентативні явища в межах зазначеної категорії. Якщо розмістити всі антонімічні пари, відібрані для нашого експерименту, в межах польової структури категорії, то чітко виокремлюється ядерна зона – 15 пар з найвищими оцінками («2,50–2,83»). До цієї зони увійшли переважно приклади градуальних та комплементарних антонімів. Зазначимо, що три високі місця посідають пари, які мають найвищі ранги у лінгвістичних джерелах (*hot – cold, good – bad, alive – dead* з рангами 12/13, 9/13 та 13/13 відповідно). Окрім того, високі бали отримали як різно-, так і спільнокореневі антоніми. Зону, близьку до ядра, формують три пари, що мають оцінку «2,30–2,34». Дві пари сатисфактивів із найнижчими середніми балами («0,13» та «0,84») відносимо на дальню периферію категорії. Усі 20 пар, обрані для експерименту, автори-лінгвісти використовували для ілюстрації антонімії, однак ці пари мали різну частотність згадування (ранг від 1/13 до 13/13). Під час експерименту виявлено, що оцінка їхньої репрезентативності майже не залежить від рангу. Адже до ядерної зони ввійшло 15 пар з різними рангами: ранг 2/13 (2 пари), 3/13 (3 пари), 4/13, 5/13 (2 пари), 6/13 (2 пари), 7/13 (2 пари), 9/13, 12/13 та 13/13. Результати експерименту дають змогу стверджувати, що більшість пар, які подаються як приклади (тобто 90 %), типові для розглядуваної категорії і складають її центральну зону.

Перспективи подальшого дослідження полягають у тому, що за допомогою психолінгвістичного експерименту можуть бути виявлені наповнення та структура центральної зони інших лінгвістичних категорій (конверсія, гіпонімія тощо).

Джерела та література

1. Котис О. Психолінгвістичний експеримент як метод дослідження природної категорії [Електронний ресурс] / О. Котис // East European Journal of Psycholinguistics / Lesya Ukrainka Eastern European National University. – Lutsk, 2014. – Issue 1. – P. 114–121. – Режим доступу : <http://esnuir.eenu.edu.ua/>
2. Литвин О. Л. Лексичне наповнення категорії антонімії (за даними англійських лінгвістичних праць) / О. Л. Литвин // Нова філологія : зб. наук. пр. – Запоріжжя : ЗНУ, 2014. – № 64. – С. 49–54.
3. Chaffin R. The similarity and diversity of semantic relations / R. Chaffin, D. J. Herrmann // Memory and Cognition. – 1984. – 12 (2). – P. 134–141.
4. Cruse D. A. Lexical semantics / D. A. Cruse. – Cambridge : Cambridge University Press, 1987. – 311 p.
5. Lyons J. Semantics / J. Lyons. – Cambridge : Cambridge University Press, 1977. – Vol. 1. – 375 p.
6. Murphy M. L. Semantic relations and the lexicon: antonymy, synonymy, and other paradigms / M. L. Murphy. – New York : Cambridge University Press, 2003. – 296 p.

Литвин Оксана. Исследование антонимических отношений в психолингвистическом эксперименте. В статье изложена методика проведения и результаты психолингвистического эксперимента, направленного на выявление структуры и наполнения лингвистической категории антонимии в английском языке. Респондентами выступили 70 лингвистов (научные сотрудники, преподаватели университетов и колледжей), носители английского языка, из разных стран. В ходе эксперимента респонденты должны были оценить, в какой мере антонимические пары (20 пар) репрезентируют явление лексической антонимии, путем оценки по шкале «0–3». Материалы для эксперимента были отобраны из англоязычных монографий, учебников и лингвистических энциклопедий. Анализ результатов эксперимента позволил определить центральную зону рассматриваемой категории, то есть выделить антонимические пары, которые, по мнению опрошенных лингвистов, лучше всего репрезентируют отношения лексической антонимии. В ходе эксперимента выявлено, что оценка их репрезентативности практически не зависит от ранга в лингвистических источниках. Данные эксперимента позволяют утверждать, что большинство антонимических пар, представленных в качестве примеров в работах лингвистов, являются типичными для категории антонимии и составляют ее центральную зону.

Ключевые слова: психолингвистический эксперимент, лингвистическая категория, структура категории, антонимия, антонимичная пара, сатисфактивы.

Lytvyn Oksana. A Study of Antonymic Relations as Evidenced in a Psycholinguistic Experiment. This article presents the methodology and the results of a psycholinguistic experiment which was conducted for the purpose of determining the structure and the content of the linguistic category of antonymy in the English language. All of the 70 participants in the experiment (scholars in linguistics, university and college professors) are native speakers of English originating from a number of different English-speaking countries. In this experiment, the respondents were to evaluate and compare the extent to which a selection of twenty antonymous pairs can be considered to represent the phenomenon of lexical antonymy, using a scale of 0 to 3 points. The material for the experiment was selected from monographs, textbooks and linguistic encyclopedias written in English. Analysing the results of the experiment, we were able to identify the central zone of the category under investigation – the antonymous pairs which, in the opinion of the linguists consulted, provide the best representation of the relation referred to as lexical antonymy. The experiment showed that representativeness rating of the antonymous pairs does not correspond directly to their ranking in the linguistic works. The data produced by the experiment makes it possible for us to conclude that most of the antonymous pairs which are presented as illustrative examples in linguistic works are typical representatives of the lexical category of antonymy and constitute its central zone.

Key words: psycholinguistic experiment, linguistic category, structure of the category, antonymy, antonymous pair, satisfactives.

Стаття надійшла до редколегії
22.01.2015 р.

УДК 811. 112.2'373.6

Людмила Пасик

Когнітивний простір суб'єкта вибору як частина когнітивного простору ситуації вибору партнера

У статті висвітлено питання когнітивного простору суб'єкта вибору (жінки) в ситуації вибору партнера на матеріалі сучасної німецької мови. Проаналізовано теоретичний матеріал щодо визначення понять *когнітивний простір*, *фрейм*. Когнітивний простір суб'єкта вибору (жінки) потрактовано як невід'ємну частину когнітивного простору ситуації вибору партнера й змодельовано у вигляді інтегрованого фрейму, де за основу взято акціональний фрейм із подальшим його розгортанням у предметно-центричний фрейм. Когнітивний простір адресанта (жінки) в ситуації вибору партнера виражається так: тексти оголошень із рубрики «Знайомства» схарактеризовано невеликим обсягом і здебільшого однаковою композиційною структурою, вони містять таку інформацію про суб'єкт вибору: 1) автопортрет, у якому вказано вік, дані про зовнішність, характер, фінансове становище, освіту; 2) вимоги стосовно бажаного майбутнього партнера, мета та модель прогнозованих стосунків, що є притаманним для текстів такого типу.

Ключові слова: когнітивний простір, ситуація вибору партнера, суб'єкт вибору, акціональний фрейм, предметно-центричний фрейм.

Постановка наукової проблеми та її значення. Сучасна лінгвістика вдається до нових тенденцій моделювання інформації, яка потрапляє до свідомості мовця. Водночас, щоб жити в гармонії з навколишньою дійсністю, у людини постійно виникає потреба впорядковувати її у своїй свідомості на концептуальному рівні, тобто створювати максимально адаптований до світосприйняття концептуальний простір [1, с. 29].

На нашу думку, особисте життя людини, до сфери якого належить досліджуваний нами концепт PARTNERWAHL, дуже важливе для кожного індивіда, саме тому аналіз когнітивного простору ситуації вибору партнера в сучасному німецькому публіцистичному дискурсі перспективний та актуальний.

Мета статті – ідентифікувати когнітивний простір суб'єкта вибору (жінки). Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) установити когнітивний простір суб'єкта вибору за допомогою побудови предметно-центричного фрейму; 2) виявити основні особливості вираження когнітивного простору суб'єкта вибору в цьому типі дискурсу.