

Вікторова Л.В., Шевчук Н.В. (Київ, Україна)

Експериментальна семантизація номінативної лексики в межах лексико-семантичної групи

Метод вільної атрибуції є ефективним способом виявлення емпіричного компонента значення. Він дозволяє досить детально дослідити семантичну структуру лексичних одиниць саме на сучасному рівні і зробити доповнення або зауваження до вже існуючих словникових тлумачень.

Ключові слова: лексико-семантична група, лексична одиниця, номінація, семантика, вторинна номінація.

Метод свободной атрибуции является достаточно эффективным способом выявления эмпирического компонента значения. Метод позволяет достаточно подробно исследовать семантическую структуру лексических единиц именно на современном уровне и сделать дополнения или замечания к уже существующим словарным толкованиям.

Ключевые слова: лексико-семантическая группа, лексическая единица, номинация, семантика, вторичная номинация.

The method of attribution is a fairly effective way of identifying the empirical component of meaning. Method allows one to investigate lexical items and make additions or comments to the existing interpretations of the word.

Key words: lexical-semantic group, lexical unit, designation, semantics, secondary nomination.

Метою статті є порівняти лексичні одиниці, пов'язані з номінацією особи методом вільної атрибуції. Предметом дослідження є українські номінативні одиниці, об'єктом – оцінні назви та експериментальна семантизація номінативної лексики в межах лексико-семантичної групи “той, хто любить жінок”.

Великий обсяг лексичного ярусу мови змушує лінгвістів звертатися до вивчення фрагментів словника – лексико-семантичних груп (ЛСГ) використовуючи точні та експериментальні методи аналізу мовних явищ. Ці методи не можуть претендувати на монополію в лінгвістичних дослідженнях, вони – лише частина різноманітного арсеналу лінгвіста.

Найбільш цікавими для порівняльного дослідження такого плану є такі лексичні одиниці, оцінні параметри яких есплікуються досить активно. Нами пропонується використати метод вільної атрибуції ознак значення [1, 25]. Він полягає у представленні респондентам анкет зі списком заздалегідь відібраних слів. Головною метою такого експерименту є актуалізація семантичних компонентів значення [2, 92]. Для досягнення необхідної повноти опису та спрощення завдання доцільно вказати конкретизуючі запитання, які окреслюють семантичну сферу, в межах якої респонденти мають приписати слову семантичну ознаку. Таким чином вказується не перше слово, яке "прийшло в голову" в зв'язку зі словом-стимулом, а виділяється типова ознака денотата. До анкети додається наступна інструкція: Ви є учасником психолінгвістичного експерименту. Нам необхідно встановити уявлення людей про дану групу слів. Просимо Вас відповісти, які, на Ваш погляд, риси характерні для перерахованих

в анкеті найменувань. Для оптимізації процесу заповнення анкет додаються наприклад: рибалка - засмаглий, обвітрений, носить високі чоботи, має вудку. Для незнайомих слів допускається відповідь "не знаю".

Важливою рисою експериментальних прийомів аналізу структури значення слова є узагальнення близьких за змістом відповідей респондентів в одну, незалежно від конкретного лексичного оформлення відповіді [3, 11]. Наприклад, відповіді на зразок "має серйозні наміри", "ввічливий", "вихований" зводяться в один пункт. Отже, при обробці результатів підсумовуються семантично схожі відповіді та підраховується так званий індекс яскравості семантичної ознаки. Індекс яскравості є процентним відношенням кількості тих, хто виділив дану ознаку, до загальної кількості респондентів.

Даний параметр є досить важливою частиною опису структури значення. Він дозволяє ранжувати семантичні компоненти з погляду частоти їх актуалізації, встановити їх відносну ієрархію в структурі семми. Цей параметр дозволяє встановити ядерний чи периферійний статус семми в значенні: якщо, наприклад, семантичний компонент X має індекс яскравості 76% в значенні A та 24% в значенні B, то в першому випадку можливість його ядерного статусу досить висока, а в другому - досить низька, хоча ми не будемо говорити про однозначний збіг між яскравістю семми та її ядерним або периферійним статусом. Сума відсотків відповідей на одне слово-стимул може перевищувати 100%. Цей факт пояснюється тим, що один респондент мав право вказати декілька на його думку характерних для денотата ознак. Всі відмови з тих чи інших причин семантизувати слово зафіксовані у пункті "не знаю". Дане дослідження дає нам також можливість підрахувати відсоток незнання респондентами зазначених слів.

Одиниці, пов'язані з номінацією особи за позитивними чи негативними якостями – частина семантичного поля "людина" – більшою мірою, ніж інші розряди конкретних імен, передають країнознавчі конотації, оскільки саме вони оформляють суб'єктивне бачення світу через фіксацію етичних чи естетичних норм конкретного мовного колективу.

Для даного експерименту була використана лексико-семантична група іменників "той, хто любить жінок", яка була виділена зі Словника української мови в 11-ти томах. Дана група нараховує 34 одиниці: *бабій, бабич, баболуб, баламут(а), бахур, волоцюга, гульвіса, джигун, донжуан, закоханець, залицяльник, зальотник, звабник, звідник (зводник), кавалер, казанова, коханець, коханок, коханочок, коханчик, ловелас, любас, перелесник, перелобник, перелобець, підлабузник, поклонник, полюбовник, розбещувач, селадон, сластолобець, спокуситель, спокусник, фаворит.*

В експерименті брало участь 40 осіб. Середній вік респондентів – 23,5 рік; освіта: 16 осіб середня, 24 – вища; стать: 25 жінок та 15 чоловіків. Українську мову як рідну зазначили 30 осіб, решта – 10 – російську.

Бабій.

1. Веселий, бажаний гість у жіночих компаніях, цілеспрямований – 66,6%.
2. Неохайний, грубий з жінками – 16,7%.

3. "Не знаю" - 16,7%.

Баламут(а).

1. Той, хто "баламутить" спокій, пустобрех, жевжик – 91,6%. В контексті нашої лексико-семантичної групи така семантизація є помилковою.

2. Розумний, хитрий, цілеспрямований, досвічений у любовних справах – 6,7%.

Бахур.

1. "Не знаю" - 75%.

2. П'яниця, гуляка, не поважає жінок – 25%.

Волоцюга.

1. Жебрак; не має власного помешкання, грошей; завжди п'яний – 50%. В контексті нашої лексико-семантичної групи така семантизація є помилковою.

2. Грубий з жінками, набридливий – 50%.

Гульвіса.

1. Молодий, легковажний, веселий, життєлюб, любить проводити вільний час у жіночій компанії – 66,6%.

2. Той, хто дуже багато відпочиває, гуляє, лінивий – 33,3%. В контексті нашої лексико-семантичної групи така семантизація є помилковою.

Джигун.

1. Той, хто "баламутить" спокій, пустобрех, жевжик – 91,6%. В контексті нашої лексико-семантичної групи така семантизація є помилковою.

2. "Не знаю" - 8%.

Бабич.

1. "Не знаю" - 75%.

2. Досвічений у любовних справах, немолодий, розумний – 16,6%.

3. П'яниця, неохайний, не поважає жінок – 8,3%.

Баболоб.

1. Енергійний, самовпевнений, завжди наполягає на взаємності, досвічений у любовних справах – 75%.

2. Немолодий, огидний, товстий, грубий з жінками – 25%.

Донжуан. Всі опитані зазначили, що дана лексема асоціюється у них з літературним героєм Доном Жуаном (Don Juan – іспанська).

1. Розбещений, хитрий, має демонічну зовнішність, підступний - 75%.

2. Молодий, красивий, легковажний, непостійний у зв'язках – 25%.

Закоханець.

1. Той, хто часто закохується, сором'язливий - 41,6%.

2. "Не знаю" - 33,3%.

3. Той, кого кохають – 16,6%.

Залицьник.

1. Несерйозний, любить залищитися до жінок – 58,3%.

2. Скромний, сором'язливий, ввічливий з жінками - 41,6%.

Зальотник.

1. "Не знаю" - 41,6%.

2. Завжди потрапляє в неприємні історії, нерозсудливий, непостійний, має кримінальні зв'язки – 58,3%. В контексті нашої лексико-семантичної групи така семантизація є помилковою.

Звабник.

1. Цинічний, жорстокий з жінками, підступний – 33,3%.
2. "Не знаю" - 33,3%.
3. Мудрий, немолодий, досвічений у любовних справах, багатий – 33,3%.

Звідник (зводник).

1. Той, хто знайомить, сваха – 58,3%. В контексті нашої лексико-семантичної групи така семантизація є помилковою.

2. "Не знаю" - 33,3%.
3. Хитрий, підступний – 8,3%.

Казанова.

Майже 75% опитаних проасоціювали дану номінацію з історичним персонажем Джакомо Казановою (Casanova – італійська).

1. Має аристократичну зовнішність, вишуканий, ввічливий, улюбленець жінок – 50%.

2. Розбещений, цілеспрямований, хитрий, підступний – 50%.

Кавалер.

1. Претендент в чоловіки, ввічливий, вихований – 31,6%.
2. Багатий, досвічений в любовних справах – 33,3%.
3. Військовий, супроводжує жінку в компанії - 33,3%.

Коханець.

1. Чоловік, який має позашлюбні зв'язки, обережний - 83,3%.
2. Той, хто віддано кохає – 16,6%.

Ловелас.

1. Молодий, легковажний, ненадійний, розбещений – 75%.
2. "Не знаю" - 25%.

Любас.

100% - "не знаю".

Перелесник.

1. "Не знаю" - 83,3%.
2. Той, що любить говорити лестощі жінкам, підлабузник – 16,6%.

Перелюбник.

1. "Не знаю" - 58,3%.
2. Нерозбірливий у зв'язках, не має постійних стосунків – 25%.
3. Молодий, цілеспрямований, завзятий у любовних справах – 16,6%.

Перелюбець.

1. "Не знаю" - 91,6%.
2. Нерозбірливий у зв'язках, не має постійних стосунків – 8,3%.

Підлабузник.

1. Хитрий, підступний, використовує жінок у своїх цілях – 50%.
2. "Не знаю" - 50%.

Коханок.

100% - "не знаю".

Поклонник.

1. Багатий покровитель, претендент в чоловіки – 58,3%.
2. Той, хто має когось за кумира, фанат – 41,6 %. В контексті нашої лексико-семантичної групи така семантизація є помилковою.

Полюбовник.

1. "Не знаю" - 50%.
2. Тимчасовий, ненадійний, чоловік у позашлюбному зв'язку – 25%.
3. Розбещений, багатий, досвічений у любовних справах – 16,6%.
4. Близька людина, коханий – 8,3%.

Розбещувач.

1. Різко негативний тип, немолодий, цинічний, не має стійких моральних принципів щодо поводження з жінками – 75%.
2. Веселий пустун – 8,3%.
3. "Не знаю" - 8,3%.

Коханочок.

100% - "не знаю".

Селадон.

100% - "не знаю".

Сластолюбець.

1. Багатий, немолодий, пристрасний, досвічений у любовних справах – 66,6%.
2. "Не знаю" - 16,6%.
3. Той, хто любить солодощі – 16,6%. В контексті нашої лексико-семантичної групи така семантизація є помилковою.

Спокуситель (спокусник).

1. Негативний тип: немолодий, цілеспрямований, той, хто без всякої потреби зваблює молодих дівчат – 58,3%.
2. "Не знаю" - 33,3%.
3. Ніжний, пристрасний – 8,3%.

Коханчик.

1. "Не знаю" - 91,6%.
2. Молодий, гарний, розумний – 8,3%.

Фаворит.

1. Улюбленець жінок, розумний, самовпевнений, лідер – 83,3%.
2. Рідна, близька людина – 16,6%.

Підраховуючи всі випадки відмови від відповіді та помилкової семантизації, можемо говорити про те, що при трактуванні цієї групи слів респонденти тлумачать поверхневі значення лексем. Помилкова семантизація переважно має локальний характер, тобто респонденти приписують слову такі ознаки, які йому об'єктивно властиві як багатозначному, але які не відповідають формату досліджуваної лексико-семантичної групи. Словники ж дають більш широке

тлумачення, враховуючи похідні дефініції, а також трактують назву особи послідовно, визначаючи значення похідних слів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Коротун О.О.* Семантизація номінативної лексики / О.О. Коротун, Л. В. Вікторова // Актуальні проблеми сучасної філології : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції за ред. А.Г. Ніколенка. – Тернопіль: Вид-во НТПУ, 2011. – С. 25 – 28; 2. *Левицкий В.В.* Экспериментальные методы в семасиологии / В. В. Левицкий, И.А. Стернин. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1989. – 193 с.; 3. *Рудяков А.Н.* Опыт системного описания лексико-семантических групп: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Рудяков Александр Николаевич. – К., 1983. – 16 с.; 4. *Семчинський С.В.* Вступ до порівняльно-історичного мовознавства (на матеріалі індоєвропейських мов) [Текст] : навч. посібник для магістрантів укр. мови, рос. мови та класичної філології. - К.: ВПЦ "Київський ун-т", 2002. – 174 с.

Волосенко І.В. (Київ, Україна)

Інтенційна спрямованість молодіжної блоггової комунікації: компаративний аспект

Статтю присвячено дослідженню інтенційної спрямованості молодіжної блоггової комунікації України, Росії та Німеччини. Розкрито лінгвофілософську та лінгвопрагматичну феноменальність інтенційної спрямованості текстів сучасних молодіжних блогерів. Класифіковано типи інтенційної спрямованості залежно від історичних етапів розвитку жанру щоденника. Виокремлено основні проблеми дослідження інтенційної спрямованості комунікації молодіжних блогерів у віртуальному комунікативному просторі України, Росії та Німеччини.

Ключові слова: інтенційна спрямованість, інтернет-жанри, щоденник, блоги, молодіжні блогери.

Статья посвящена исследованию интенциональной направленности молодежной блогговой коммуникации Украины, России и Германии. Раскрыта лингвофилософская и лингвопрагматическая феноменальность интенциональной направленности текстов современных молодежных блоггеров. Классифицированы типы интенциональной направленности в зависимости от исторических этапов развития жанра дневника. Выделены основные проблемы исследования интенциональной направленности коммуникации молодежных блоггеров в виртуальном коммуникативном пространстве Украины, России и Германии.

Ключевые слова: интенциональная направленность, интернет-жанры, дневник, блоги, молодежные блогеры.

The article is devoted to the intentional direction for youth blogging communication in Ukraine, Russia and Germany. The linguistic-philosophical and linguistic-pragmatical phenomenal of intentional direction for youth author's blogs are explained. The types of intentional direction are classified, depending on the historical stages of development of the genre of the diary. The basic investigation's problems of intentional communication for youth bloggers in the virtual communication space of Ukraine, Russia and Germany are identified.

Key words: intentional direction, internet genres, diary, blogs, youth blogger.