

УДК 81'373.46=81.371:659.1

О. П. Михайлович*Українська академія друкарства***ПРОБЛЕМИ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ
КОНОТАЦІЇ СПЕЦІАЛЬНОЇ ЛЕКСИКИ**

Окреслено проблеми і труднощі проведення експериментів для вивчення конотації спеціальних слів, а також методи, що можуть використовуватися для таких досліджень.

Конотація, психолінгвістика, експеримент, опитування, семантика

Конотація не є суто мовним явищем; як сутність, що має психолінгвістичні підгрунття, вона виникає в процесі сприйняття. Тому, безумовно, вивчення її повинно базуватися на позиціях функціонального підходу, який розмежує мову як систему і мову в її вживанні та передбачає проведення експериментальних досліджень. «Дослідження того, як складаються семантичні особливості лексичних одиниць та їх класів у мовній здатності носія мови можливі тільки одним шляхом — експериментальним» [12, с. 99].

Методи аналізу структури значення слова розглядаються в роботах І. А. Стернина, Ю. Д. Апресяна, І. В. Арнольд, В. М. Телії, Г. В. Колшанського, О. О. Залевської, А. А. Брудного, В. В. Левицького та багатьох інших авторів. Експериментальному ж вивченню конотативного аспекту значення лексичних одиниць приділено значно менше уваги. Частково розглядають цю проблему В. В. Левицький, І. А. Стернин, А. П. Варфоломеев. Та, без сумніву, ця тема потребує подальшого детального розроблення і висвітлення. Зокрема, у цій статті окреслюються проблеми і труднощі проведення експериментів для вивчення конотативного значення спеціального слова, а також методи, «придатні» для таких досліджень.

Експериментальні методи вивчення передбачають безпосереднє звернення до інформантів та статистичну обробку кількісних даних, що стосуються особливостей лінгвістичних і психолінгвістичних явищ. Суть експерименту полягає в тому, що дослідник сам викликає явище, яке вивчається. Також він може змінювати умови й фактори дослідження. Умови й фактори, які змінює експериментатор, називаються незалежними змінними (наприклад, сила подразника), а психічні явища, що змінюються під впливом незалежних змінних, — залежними змінними (наприклад, інтенсивність відчуттів) [8, с. 84]. Щоб уніфікувати завдання перед опитуваними, здебільшого певні дії визначають в інструкції. Відтак, інформанти знають, що беруть участь в експерименті. Саме в цьому і полягають основні недоліки даного способу дослідження, адже штучність умов його проведення може впливати на об'єктивність прояву психічних явищ. Тому науковці радять проводити експериментальні дослідження за правилами, що дозволяють звести до мінімуму обмеженість можливостей експерименту:

експериментальна ситуація за можливістю повинна бути наближена до реальних ситуацій існування явищ, які цікавлять дослідника;

методика експерименту має забезпечувати реалізацію в цих ситуаціях максимальної кількості способів актуалізації, якомога більшої кількості наданих мовною системою можливостей;

експеримент мусить бути розроблений таким чином, щоб його результати або заперечували, або підтверджували передбачувані гіпотезою попередні твердження;

завдання повинно бути сформульоване чітко і недвозначно, щоб реакції опитуваних мали необхідний для дослідника характер;

потрібно намагатися, щоб опитувані не знали, що саме піддається перевірці, в іншому випадку вони можуть дати упереджені відповіді. Опитувані повинні бути характерними представниками певної групи. Добра воля і чесність (природність) їх реакцій — важливий фактор успіху експерименту, значення результатів якого в протилежному випадку значно знижується;

для успішності експерименту потрібно, щоб отримані дані могли бути піддані обробці та аналізу для перевірки, покладеної в основу гіпотези;

щоб експеримент мав право називатися науковим методом вивчення мовних явищ, отримані дані повинні відповідати певним базовим характеристикам, таким, як доступність, відтворюваність, несуперечливість та ін. [12, с. 101–102].

Успішне проведення дослідження неможливе без застосування адекватних досліджуваному об'єкту методів аналізу, які відповідали б усім переліченим вимогам. Виокремлення методів вивчення конотативної складової значення слів становить певні труднощі через значну частку суб'єктивізму, наявність моментів, що не завжди можуть бути піддані опрацюванню формальними способами. «... там, де вступає у свої права ідеальне, змістовне, а не матеріальне, формальне, — у лексико-семантичній системі мови, пошуки об'єктивних методів пізнання та опису відповідного мовного об'єкта стають особливо складними, а тому й особливо актуальними» [6, с. 4]. Складність ця зумовлена передусім необхідністю отримання під час дослідження об'єктивних даних на основі суб'єктивних тверджень і показників, адже конотативний компонент значення слова «відображає дійсність, але вже в дещо суб'єктивізованій формі — він містить відображення ставлення, оцінки суб'єктом тих чи інших об'єктів та явищ» [10, с. 39].

Ще одна складність проблеми дослідження конотації полягає в тому, що «інтуїтивно очевидне, стаючи об'єктом науки, потребує вербальної експлікації — чіткого словесного пояснення» [9, с. 24]; наукове пізнання передбачає не тільки отримання певних даних, але й їх класифікацію, опис засобами мови, що у випадку вивчення явища конотації є дуже непростим процесом. Не завжди опитувані можуть свідомо репрезентувати конотації. Недарма вчені виділяють різні види емоцій і вказують на відмінність «...емоцій як почуттів, тобто соціологізованих інтелектуальних емоцій, від емоцій-інстинктів, вираження

яких не завжди керується свідомістю людини» [13, с. 50]. В. І. Шаховський вважає, що соціальна емоція є інтелектуальною, це — обов'язкова величина мислення; емоції можуть відтворюватись у свідомості так само, як і думки. При цьому мова думок і мова слів не збігаються, оскільки запам'ятовування думки не пов'язано із запам'ятовуванням слів, якими вона була виражена. Як доказ цього автор наводить факт: якщо потрібно відтворити думку тими ж словами, то це ускладнює запам'ятовування самої думки. Експерименти показали, що осмислені фрази мовця є перекладом з «мови думки» на «мову слів», а розуміння її іншою людиною є зворотний переклад з «мови слів» на «мову думки» [13, с. 50–51].

При цьому з'єднувальною ланкою в процесі діалектичного переходу від відчуттів до думки, забезпечуючи рух пізнання від одиничного до загального, від явища до сутності, є слово. Воно виступає «універсальним перекодовувальником», завдяки якому відбувається трансформація образів одних модальностей в інші [3, с. 87]. Природно, що під час цього «перекладу» можуть виникати не тільки спрощення, але й неточності, спотворення основної думки. Це відбувається не стільки з причин неадекватного трактування інформації дослідником, скільки через неможливість опитуваного трансформувати свої емоції у відповідні мовні засоби. Ще Д. Дідро наголошував на важкості висловлювання емоцій: «...слів майже ніколи не вистачає для того, щоб передати те, що відчуваєш» [2, с. 130]. Науковці пояснюють це тим, що при вербалізації емоцій денотативна функція слів і висловлювань втрачає свою значимість [1].

Саме з цих причин надактуальним питанням постає виокремлення дієвих експериментальних методів дослідження конотації. Найбільш доцільним способом експериментального дослідження конотації можна вважати лінгвістичне інтерв'ювання (передбачає безпосереднє звернення дослідника до інформантів), спрямоване на виявлення безпосереднього знання мовцем значень слів, тому достатньо достовірно викриває «семантичну реальність» [6, с. 94].

Цей спосіб передбачає ряд послідовних етапів:

1) Надання інформантам опитувальника, отримання письмових відповідей; при цьому опитувані повинні відповісти наперед визначеним способом. Необхідною умовою анкетування є наявність робочої гіпотези. Залежно від кількості опитуваних виділяють суцільне і вибіркове, індивідуальне й групове анкетування. Залежно від наявності безпосереднього контакту з досліджуваними розрізняють очне та заочне анкетування. Анкети також поділяють на відкриті, закриті та змішані. У відкритих анкетах досліджувані самі формулюють відповідь на поставлене запитання (завдання), у закритих — вибирають варіант відповіді, у змішаних — до запропонованого переліку ймовірних відповідей опитуваний може додати свій варіант [8, с. 87]. Значно докладніші відповіді, які становлять найбільшу цінність під час дослідження явища конотації, можна отримати при відкритих анкетах. Але через різноманітність відповідей відкриті анкети важче опрацьовувати, ніж закриті.

Особливо слід наголосити на чіткості формулювання запитань і завдань в анкеті, надання конкретних інструкцій щодо їх виконання. Зважаючи на особливість предмета вивчення, здійснити це в письмовому вигляді не завжди можна, тому паралельно потрібно проводити бесіди з аудиторією.

2) Виявлення однакових (однотипних) відповідей, їх підсумовування, узагальнення та зведення в одну. Важливою особливістю дослідження конотації спеціальної лексики є узагальнення близьких відповідей опитуваних, незалежно від того, яким чином сформульована кожна з них, що становить інколи певні труднощі. Цей фактор зумовлює своєрідне втручання дослідника в процес, його коректування, що є не тільки допустимим, але й необхідним, оскільки дає можливість досягнути потрібного рівня абстрактності [6, с. 95].

3) Формулювання семантичних ознак на основі отриманих відповідей. Слід відзначити, що важливо не стільки виявити набір елементів конотації, скільки поділити їх за яскравістю, відносною силою, тобто визначити індекс яскравості.

У зв'язку зі сказаним необхідно наголосити на обов'язковості під час дослідження явища конотації, окрім анкетування, проведення індивідуальних бесід з респондентами, які допомагають уточнити інформацію, переконатись у правильності, адекватності її сприйняття. Хоча бесіда і вимагає багато часу та зусиль, наявності спеціальних знань у дослідника, вона дає значно «правдивіші» результати, ніж, наприклад, анкетування.

«Очевидно, бесіда, лінгвістичне інтерв'ю — найбільш ефективна форма верифікації індивідуальних емотивних значень суб'єкта. У цей же час емоції — настільки інтимна, прихована не тільки від зовнішнього спостереження, але й надзвичайно захищена від «насильного» вторгнення свідомості сфера людської психіки, що говорити про абсолютно адекватне відображення її в мові можна лише з певним ступенем ризику» [7, с. 41]. Усе ж, безсумнівно, бесіда дозволяє значно глибше, ніж анкетування, проникнути в психіку людини, адже дозволяє фіксувати додаткову інформацію про опитуваного, що повідомляється паралінгвістичними засобами. Ці засоби в усному спілкуванні знімають всі надлишкові моменти, що в умовах писемного спілкування повинні бути розкриті у висловлюванні. А в усному спілкуванні зорове та слухове сприйняття дає можливість без додаткового пояснення однозначно сприймати інформацію. Адже набір будь-яких паралінгвістичних засобів є не довільним, а систематизованим і внутрішньо пристосованим до характеру вербального висловлювання. Тільки цей зв'язок словесної структури і паралінгвістичної характеристики дає можливість декодувати кожного окремого разу конкретне повідомлення; самі ж паралінгвістичні засоби без можливості їх інтерпретації стосовно визначеного висловлювання залишаються німим оточенням [5, с. 24].

Аналіз різних методів експериментального дослідження в межах лінгвістичного інтерв'ювання, які застосовуються для вивчення семантики слова [6, 11, 12], дозволив виділити ті з них, які «придатні» для спроб з'ясування сутності конотації спеціальної лексики в рекламних текстах.

1. Контекстуальне перефразування. Сутність цього методу полягає в тому, що опитуваним надається контекст використання слова для вербального перефразування ними цієї мовної одиниці. Цей прийом дозволяє приблизно виявити обсяг значення слова, в якому особа його сприймає. Метод контекстуального перефразування доцільно застосовувати для вивчення конотативної складової вузькоспеціальних термінів, що зустрічаються в текстах рекламних повідомлень, за незнання опитуваними їх значення та за відсутності здатності контексту вказувати на нього. Прийом дає змогу зрозуміти основні шляхи усвідомлення читачем (слухачем) додаткових значень маловідомої лексики в опорі на контекст.

2. Семантичне шкалування. Відомий і часто використовуваний у психолінгвістиці метод. Полягає в тому, що інформанти оцінюють входження/невходження кожної семи зі складеного списку в структуру значення слова за певною шкалою. Для оцінювання конотативної складової значення квазітерміна доцільно використовувати тест на вільну атрибуцію ознак значенню (у нашому випадку назвемо його тестом на вільну атрибуцію ознак конотативному значенню) і тест на атрибуцію заданих ознак значенню (конотативному значенню). Перший тест полягає в наданні інформантам окремих термінів, що цікавлять дослідника, із завданням вказати ознаки значень цих одиниць. Для досягнення необхідної повноти опису і полегшення виконання завдання доцільно конкретизувати його обсяг, окреслити семантичну сферу, у межах якої опитувані повинні приписати спеціальному слову семантичну ознаку. Для цього можна також використовувати конкретизувальні запитання. Зрозуміло, що інформанти не завжди можуть відокремити денотативний і конотативний компоненти значення терміна, тому під час оголошення завдання не варто зосереджувати на цьому увагу. Необхідне виокремлення відповідей здійснюється дослідником і є достатньо трудомістким процесом. Цей прийом подібний до асоціативного експерименту, але відрізняється від нього тим, що респондентам необхідно записати не перше слово, яке прийшло на думку, а виділити типову його ознаку.

Тест на атрибуцію заданих ознак конотативному значенню передбачає складання вихідного списку ознак, якими може характеризуватися, на думку дослідника, конотативне значення терміна. Завданням інформантів є підбір для кожного спеціального слова низки ознак із запропонованого списку. При цьому, якщо ознака, на погляд респондента, характерна для цього терміна, біля неї ставиться знак +, якщо ні — нічого не ставиться. Не варто використовувати знак + надто часто. У процесі обробки результатів експерименту підсумовуються відповіді за кожною з ознак, вираховується індекс яскравості кожної ознаки.

Завдяки згаданим тестам найзручніше вивчати колективний та узуальний типи конотації термінів, оскільки з певним рівнем точності можна визначити індекс яскравості певної ознаки. Метод також дозволяє об'єктивно визначити співвідношення денотативного та конотативного компонентів значення терміна, що становить, з огляду на невивченість цієї проблеми, велику цінність.

У результаті семантичного шкалування можна визначити:

1) середній індекс семи на семантичній шкалі (середнє арифметичне оцінок, виставлених всіма інформантами за певною ознакою);

2) індекс знання (відношення позитивних оцінок інформантів за семою, тобто оцінок, відмінних від «не знаю», до загальної кількості інформантів).

Як і при аналізі денотативної складової, за величиною середнього індексу є можливість виділити тверді, відносно тверді та невизначені конотативні семи.

3. Асоціативне виділення семантичних компонентів

Асоціативний експеримент у психологічній традиції пов'язаний з іменем К. Г. Юнга, який увів цей метод у клінічну практику. Асоціація (від лат. — *association* — сполучення, з'єднання) — зв'язки між окремими уявленнями (ідеями), унаслідок яких поява одного уявлення (ідеї) спричиняє інше [8, с. 177]. До цього часу поширена класична форма цього експерименту: почувши слово, опитуваний повинен повторити перше, що прийшло йому на думку.

Загалом асоціативні експерименти є найбільш розробленою технікою семантичного аналізу і можуть дати багатий матеріал для виявлення конотативної складової значення терміна в рекламному тексті. Слово-стимул та асоціат можуть бути пов'язані дуже відносно, а можуть виступати в стабільному зв'язку. Асоціації можуть бути обумовлені певними характеристиками опитуваних: освітніми, професійними, віковими, статевими, а також певним класом ситуацій. Тому слід особливо дбати, щоб інформанти були характерними представниками досліджуваної групи.

Слід зазначити, що в багатьох експериментальних дослідженнях використовуються модифікації різних методів. І в цьому сенсі важко не погодитися з ученими, що вважають за доцільне застосовувати різні методи при вивченні семантики мовної одиниці. «Нам видається, що успіх психолінгвістичного вивчення семантики пов'язаний із застосуванням різноманітних методик, зіставленням результатів, отриманих різними методами, без абсолютизації матеріалів одних досліджень та недооцінки інших» [4, с. 63]. Тому під час дослідження конотативної складової значення термінів на прикладі рекламних текстів варто використовувати й поєднання різних методів. Подальше розроблення цієї теми вбачається у визначенні ступеня достовірності одержаних результатів за допомогою кожного з описаних методів.

1. Гак В. Г. Эмоции и оценки в структуре высказывания и текста / В. Г. Гак // Вестн. МГУ. — 1993. — № 3. — С. 87–95. 2. Дидро Д. Сочинения: в 2-х т. Т. 1 / пер. с фр., сост., ред., вступ. ст. и прим. В. Н. Кузнецова / Д. Дидро. — М.: Мысль, 1986. — 592 с. — (Философское наследие). 3. Залевская А. А. Семантика слова и контекст в психолінгвістическом аспекте // Значение и его варьирование в тексте: сб. науч. тр. / А. А. Залевская. — Волгоград: ВГПИ им. А. С. Серафимовича, 1987. — С. 81–91. 4. Клименко А. П. К оценке результатов качественных синтагматических экспериментов // Семантическая структура слова. Психолінгвістические исследования: сб. науч. ст. / Клименко А. П. — М.: Наука, 1971. — С. 63–77. 5. Колшанский Г. В. Функции паралингвістических средств в языковой коммуникации / Г. В. Колшанский // Вопросы

языкознания. — 1973. — № 1. — С. 16–25. 6. Левицкий В. В. Экспериментальные методы в семасиологии / В. В. Левицкий, И. А. Стернин. — Воронеж: Изд-во ВГУ, 1989. — 192 с. 7. Литвинчук И. Н. Прагматика эмотивного текста (психосемантическое экспериментальное исследование): дисс. канд. филол. наук: 10.02.15 / Литвинчук Ирина Николаевна — К., 2000. — 231 с. 8. Партико Т. Б. Курс загальної психології: навч. посіб. / Т. Б. Партико. — Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. — 208 с. 9. Скребнев Ю. М. Очерк теории стилистики: учеб. пособие [для студ. и асп. филол. спец.] / Ю. М. Скребнев. — Горький: Горьк. гос. ин-т иностр. яз. им. Н. А. Добролюбова, 1975. — 175 с. 10. Стернин И. А. Проблемы анализа структуры значения слова / И. А. Стернин. — Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1979. — 156 с. 11. Трипольская Т. А. О методах исследования семантики экспрессивного слова // Экспрессивность на разных уровнях языка: межвуз. сб. науч. тр. / Т. А. Трипольская — Новосибирск: ред.-изд. отд. Новосиб. ун-та, 1984. — С. 100–113. 12. Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности / Ин-т языкознания; отв. ред. В. Н. Телия. — М.: Наука, 1991. — 214 с. 13. Шаховский В. И. О когнитивных основаниях варьирования значения слова // Значение и его варьирование в тексте: сб. науч. труд. / В. И. Шаховский. — Волгоград, 1987. — С. 47–55.

ПРОБЛЕМЫ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ КОННОТАЦИИ СПЕЦИАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ

Описываются проблемы и трудности проведения экспериментов для изучения коннотации специальных слов, а также методы, которые могут использоваться для таких исследований.

PROBLEMS OF EXPERIMENTAL RESEARCH CONNOTATIONS OF SPECIAL VOCABULARY

In this article describes the problems and difficulties of experiments to study the connotation of special words; also were defined the range of methods, "suitable" for such research.

Стаття надійшла 29.10.10

УДК 316.422

Ю. А. Ших, Д. Ю. Бедернічек

Львівський національний університет ім. Івана Франка

О. М. Василишин

Українська академія друкарства

СУБ'ЄКТ-ІНІЦІАТОР ОСВІТНЬОЇ ІННОВАЦІЇ

Однією з характеристик сучасного освітнього простору України є масштабне впровадження інновацій. Інновації в системі освіти розуміються як невідмінні атрибути змін, а останні розцінюються як надто потрібні українському суспільству. Опір інноваціям вважається стагнацією, ба навіть часом гірше, — поверненням у радянську епоху. Обов'язковим є розуміння системності інновацій, коли в основу своєї діяльності індивідуальним або колективним суб'єктам-ініціаторам вартує покладати