

© В. І. Калініченко
(Кіровоград)

**ПЕРЦЕПТИВНО-КОГНІТИВНІ СКЛАДОВІ КОНЦЕПТІВ
"SUCCESS" – "FAILURE", "УСПІХ" – "НЕВДАЧА"
(НА МАТЕРІАЛІ ДАНИХ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ)**

Статтю присвячено виявленню та аналізу сенсорно-когнітивної специфіки концептуалізації абстрактних феноменів успіху й невдачі представниками американської та української лінгвоспільнот на матеріалі даних психолінгвістичного експерименту. Шляхом зіставного опису структури перцептивно-когнітивних складових концептів SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА визначено рейтинг чуттєвих аналізаторів індивіда, що беруть участь в сенсорному сприйнятті мовцями феноменів успіху й невдачі та актуалізуються у мовних засобах перцептивних підскладових зазначених концептів. Виокремлено метафоричні й метонімічні образи досліджуваних явищ, що актуалізують їх у площині американської та української мовної свідомості в межах когнітивних підскладових концептів.

Ключові слова: концепт, мовна свідомість, перцептивно-когнітивна складова, когнітивна ознака, психолінгвістичний експеримент.

V. I. KALINICHENKO. PERCEPTIVNO-KOGNITIVNIYE SOSTAVLYAYUSHIYE KONCEPTY "SUCCESS" – "FAILURE", "УСПІХ" – "НЕВДАЧА" (НА МАТЕРІАЛІ ДАНИХ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНОГО ЕКСПЕРИМЕНТА)

Стаття посвячена виявленню і аналізу сенсорно-когнітивної специфіки концептуалізації абстрактних феноменів успіху і невдачі представителями американського і українського мовного сообществ на матеріалі даних психолінгвістичного експерименту. Посредством сопоставительного описания структуры перцептивно-когнитивных составляющих концептов SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА определен рейтинг чувственных анализаторов индивида, принимающих участие в сенсорном восприятии коммуникантами феноменов успеха и неудачи и актуализирующихся в языковых единицах – конститuentах перцептивных субсоставляющих упомянутых концептов. Выделены метафорические и метонимические образы исследуемых явлений, которые репрезентируют их в американском и украинском языковом сознании в рамках когнитивных субсоставляющих концептов SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА.

Ключевые слова: концепт, языковое сознание, перцептивно-когнитивная составляющая, когнитивный признак, психолінгвістичний експеримент.

V. I. KALINICHENKO. THE PERCEPTUAL AND COGNITIVE PARTS OF "SUCCESS" – "FAILURE", "УСПІХ" – "НЕВДАЧА" CONCEPTS (BASED ON THE DATA OF THE PSYCHOLINGUISTIC EXPERIMENT)

The article deals with identification and analysis of the sensory and cognitive specificity of conceptualization of the abstract phenomena of success and failure by the representatives of the American and Ukrainian linguistic societies, based on the results of the psycholinguistic experiment. By way of describing the structure of the perceptual and cognitive parts of SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА concepts, the rating positions of a speaker's sensory analyzers participating in the perceptual process of the comprehension of the success and failure phenomena have been determined. The metaphoric and metonymic images of the phenomena under consideration which represent them in the American and Ukrainian linguistic consciousness within the cognitive parts of SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА concepts have been highlighted.

Key words: concept, linguistic consciousness, perceptual part, cognitive part, cognitive sign, psycholinguistic experiment.

Існування у різних мовах ізоморфних та аломорфних рис у змістовій і структурній організації концептуалізованих фрагментів світу є результатом відбиття різноманітних

властивостей та ознак цих феноменів у мовах, що у вигляді цілісного поняттєво-когнітивного образу віддзеркалюються в когнітивній свідомості представників певної лінгвокультури, проеціюючись у сферу мовної свідомості, і фіксуючись тим самим у мовних засобах.

Актуальні у сучасній лінгвістиці антропоцентричні студії мови і мовної свідомості, що виконуються в межах лінгвокогнітивної парадигми, фокусуються передусім на понятті суб'єкта-спостерігача та на різноманітних засобах лінгвальної репрезентації пізнавальних (когнітивних) і перцептивних (чуттєвих, сенсорних) процесів (на увагу заслуговують мовознавчі дослідження в межах зазначеної проблематики М. Ф. Алефіренка (Алефиренко, 2004), І. О. Голубовської (Голубовська, 2004), Р. Дервена (Dirven, 1998), В. Джекендоффа (Jackendoff, 1993), Дж. Лакоффа (Lakoff, 1986), О. О. Залевської (Залевская, 1999), А. В. Кравченка (Кравченко, 1996), У. Крофта (Croft, 2004), О. С. Кубрякової (Кубрякова, 2004), В. А. Манакіна (Манакин, 2011), З. Д. Попової (Попова, 2002), Ю. Є. Прохорова (Прохоров, 2009), Р. Ленекера (Langacker, 1994), О. О. Селіванової (Селиванова, 2004), Й. А. Стерніна (Стернин, 2002), Д. І. Терехової (Терехова, 2005) та ін.).

Метою цієї наукової розвідки є виявлення та аналіз сенсорно-когнітивних особливостей концептуалізації абстрактних феноменів успіху й невдачі представниками американської та української лінгвоспільнот на матеріалі даних психолінгвістичного експерименту шляхом зіставного опису структури перцептивно-когнітивних складових концептів SUCCESS – FAILURE, УСПИХ – НЕВДАЧА.

Під час сприйняття стимульних слів *success, failure, усних, невдача* свідомість індивіда звертається до певних конкретних та абстрактних, матеріальних та ідеальних реалій, деяких явищ дійсності, номінованих цими словами. У свідомості реципієнта одночасно виникає концепт як образ, як “дещо схоплене”, те, що стоїть за цим іменем. Образ свідомості, асоційований зі словом, є одним зі спроб описати знання, що використовуються комунікантами при створенні та сприйнятті мовленнєвих повідомлень, у той час як ім'я (слово, тіло знаку) виступає тією культурною рамкою, що накладається на індивідуальний досвід кожної людини, котра пройшла соціалізацію в певній культурі (Терехова 2005: 32).

Перцептивно-когнітивні складові концептів утворюються за рахунок двох субскладових (перцептивної і когнітивної), наповнення яких здійснюється такими

різновидами одержаних в результаті когнітивної інтерпретації експериментальних даних когнітивних ознак (Залевская 1999: 97; Попова, Стернин 2007: 108):

1) *перцептивними* (модально специфічними) когнітивними ознаками, які формуються у свідомості носіїв мови в результаті відбиття у ній абстрактних фрагментів дійсності, що ними є явища успіху й невдачі, за допомогою органів чуття (*перцептивний образ*) – зорові (візуальні), звукові (аудіальні, слухові), смакові, нюхові, тактильні образи;

2) *когнітивними* (*ментальними*) образними (амодальними) когнітивними ознаками, що формуються через метафоричне осмислення феноменів успіху та невдачі й сприйняття тих властивостей цих явищ, які не відчуються фізичними рецепторами індивіда, передусім його ментальним планом, утворюючи *когнітивний компонент* досліджуваної складової концепту.

Більш детальний розгляд особливостей перцептивно-когнітивної складової концепту подано в нашій попередній публікації (Калініченко 2011: 356-359).

Психолінгвістичний експеримент (далі – ПЕД) на виявлення особливостей концептуалізації абстрактних феноменів успіху й невдачі американськими та українськими мовцями було проведено протягом 2009-2011 рр. Сукупна кількість респондентів, які взяли участь у ПЕД, становить 800 осіб – 400 носіїв американської лінгвокультури та 400 представників української мовної спільноти. Учасники ПЕД репрезентують різні вікові, гендерні й професійні групи та є відібраними в результаті простої випадкової вибірки розміром у 400 одиниць (осіб) із максимально допустимою статистичною похибкою у 5%. Інформація про учасників проведеного ПЕД, а також матеріали методологічного характеру стосовно специфіки формування когнітивних ознак (далі – КО) містяться у наших попередніх наукових розвідках (Калініченко 2011: 52-66; Калініченко 2011: 163-166 та ін.).

За підрахунками відносної кількості мовних одиниць, що виступають конститuentами перцептивно-когнітивних шарів досліджуваних концептів, зазначений шар концепту (далі к.) SUCCESS виявляє дещо більшу густину наповнення асоціативними, дефініційними та символічними одиницями в зіставленні з аналогічним шаром к. УСПІХ – відповідно 19,14% од. і 17,58% од. (див. табл. 1 і табл. 2).

Натомість перцептивно-когнітивні шари у межах концептуальної пари FAILURE і НЕВДАЧА є наповненими на відповідно 13,62% од. і 14,58% од., отже, дещо об'ємнішим виступає досліджуваний шар к. НЕВДАЧА. За розрахунковими даними

критерію Стьюдента, різниця між зазначеними показниками наповнення перцептивно-когнітивних шарів кк. SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА є незначущою, тож, сенсорний і когнітивний досвід відіграє практично рівнозначну роль для американських та українських мовців при осмисленні явищ успіху й невдачі.

У чуттєво-образній сфері кк. SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА неоднаково в кількісному плані представлені перцептивний і когнітивний конституенти, виявляючи ізоморфізм у межах побудови всіх чотирьох концептів. Так, перцептивний прошарок за кількісними показниками наповненості значно домінує над когнітивним, останній же у структурі досліджуваних складових жодного із зіставляваних концептів не є наповненим мовними одиницями ПЕД навіть на 1% (див. табл. 1 і табл. 2).

Таблиця 1

**Структура перцептивно-когнітивних складових концептів
SUCCESS і УСПІХ за результатами психолінгвістичного експерименту**

№	SUCCESS	Кіль-ть		Рейтинг	УСПІХ	Кіль-ть		Рейтинг
		Абс.	Відн.			Абс.	Відн.	
I. ПЕРЦЕПТИВНИЙ КОНСТИТУЕНТ								
1	Група поліфункційних перцептивних образів	308	12,78	1	Група поліфункційних перцептивних образів	223	9,75	1
2	Зоровий образ	125	5,18	2	Зоровий образ	164	7,15	2
3	Звуковий образ	5	0,2	3	Звуковий образ	11	0,48	3
	усього	438	18,16			398	17,38	
II. КОГНІТИВНИЙ КОНСТИТУЕНТ								
1	SUCCESS is likened to start	7	0,3	1	УСПІХ уподібнюється до метелика	1	0,04	1
2	SUCCESS is likened to sacrifice	6	0,25	2	УСПІХ уподібнюється до птаха	1	0,04	
3	SUCCESS is likened to life	4	0,17	3	УСПІХ уподібнюється до сонця	1	0,04	
4	SUCCESS is likened to hope	3	0,13	4	УСПІХ уподібнюється до кроку	1	0,04	
5	SUCCESS is likened to goal	3	0,13		УСПІХ уподібнюється до злету	1	0,04	
	усього	23	0,98			5	0,2	
	Загалом по складовій	461	19,14			403	17,58	

Якщо відсоткові показники перцептивної підскладової к. SUCCESS становлять 18,16% од., к. УСПІХ – 17,38% од., к. FAILURE – 13,03% од., а к. НЕВДАЧА – 13,8% од., то показники відносної кількості мовних одиниць у межах когнітивної підскладової досліджуваних концептів становлять усього відповідно 0,98% од., 0,2% од., 0,59% од. і 0,78%. од. (див. табл. 1 і табл. 2). Це дає підстави зауважити про більшу значущість сенсорних каналів для американських та українських реципієнтів при концептуалізації ними успіху й невдачі та мінімальну роль у їхньому осмисленні ментально-когнітивної переробки та абстрагування досвіду, пов’язаного зі сприйняттям мовцями обох спільнот явищ успіху і невдачі.

Подібні висновки, однак, як і загальні висновки результатів опису структури та змісту конкретного концепту на певному синхронічному етапі, є відносними й більшою мірою гіпотетичними, оскільки рівні сенсорного та когнітивного аналізу фрагментів дійсності протікають у свідомості індивіда спільно, постійно взаємодіють одне з одним і чинять взаємовплив, їх важко ізолювати одне від одного.

Таблиця 2

Структура перцептивно-когнітивних складових концептів FAILURE і НЕВДАЧА за результатами психолінгвістичного експерименту

№	FAILURE	Кіль-ть		Рейтинг	НЕВДАЧА	Кіль-ть		Рейтинг
		Абс.	Відн.			Абс.	Відн.	
I. ПЕРЦЕПТИВНИЙ КОНСТИТУЕНТ								
1	Група поліфункційних перцептивних образів	191	8,67	1	Група поліфункційних перцептивних образів	165	7,54	1
2	Зоровий образ	85	3,86	2	Зоровий образ	136	6,21	2
3	Звуковий образ	11	0,5	3	Звуковий образ	1	0,05	3
	усього	287	13,03			302	13,8	
II. КОГНІТИВНИЙ КОНСТИТУЕНТ								
1	FAILURE is likened to step	6	0,26	1	НЕВДАЧА уподібнюється до життя	6	0,27	1
2	FAILURE is likened to salt	3	0,14	2	НЕВДАЧА уподібнюється до слабкості	5	0,23	2
3	FAILURE is likened to road	3	0,14		НЕВДАЧА уподібнюється до збентеженості	3	0,14	3

Продовження табл. 2

№	FAILURE	Кіль-ть		Рейтинг	НЕВДАЧА	Кіль-ть		Рейтинг
		Абс.	Відн.			Абс.	Відн.	
4	FAILURE is likened to rock	1	0,05	3	НЕВДАЧА уподібнюється до чорної смуги	2	0,09	4
5	-----	-----	-----	-	НЕВДАЧА уподібнюється до уроку	1	0,05	5
усього		13	0,59			17	0,78	
Загалом по складовій		300	13,62			319	14,58	

Наповнення перцептивних прошарків у структурі перцептивно-когнітивних складових кк. SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА здійснюється за рахунок асоціативних і символічних одиниць, одержаних у результаті ПЕД і розподілених за трьома групами образів, що формуються за участі в концептуалізації успіху й невдачі візуального, аудіального, тактильного, смакового й нюхового рецепторів.

На рівні кількісної репрезентації чуттєвих прошарків спостерігається незначний аломорфізм. Так, перцептивний прошарок к. SUCCESS наповнений на 18,16% од. та є об’ємнішим за аналогічну субскладову к. УСПІХ, показники наповнення якої сягають 17,38% од. У свою чергу, чуттєвий прошарок к. FAILURE містить 13,03% од. та є менш об’ємним за відповідну підскладову к. НЕВДАЧА, сформовану за рахунок 13,8% од. (див. табл. 1 і табл. 2). Розрахунки критерію Стюдента свідчать про незначущість різниці між наведеними відсотковими показниками, демонструючи ізоморфізм у важливості сенсорного досвіду для американських та українських мовців у процесі концептуалізації явищ успіху й невдачі.

Розглядаючи проблему участі чуттєвих аналізаторів у сприйнятті та осмисленні досліджуваних феноменів, слід зауважити про подібність кількісної переваги груп поліфункційних перцептивних образів у структурі перцептивних прошарків кк. SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА, адже вони є першими в рейтингу сенсорних образів у чуттєвих субскладових зіставляваних концептів і містять 12,78% од. – к. SUCCESS, 9,75% од. – к. УСПІХ, 8,67% од. – к. FAILURE і 7,54% од. – к. НЕВДАЧА (див. табл. 1 і табл. 2). Розрахунки критерію Стюдента дозволяють зауважити про значущість різниці між відсотковими показниками наповнення груп

поліфункційних перцептивних образів у складі кк. SUCCESS і УСПІХ та незначущість різниці в показниках обсягу згадуваних груп у структурі кк. FAILURE і НЕВДАЧА.

Отже, групи поліфункційних перцептивних образів кк. SUCCESS і УСПІХ яскравіше відображають сенсорну специфіку рефлексії американцями та українцями феномену успіху в зіставному аспекті на відміну від особливостей подібної рефлексії представниками досліджуваних лінгвоспільнот явища невдачі, що є менш контрастними. Згадувані групи утворено за рахунок неоднозначних вербальних реакцій, що одночасно відбивають як візуальний, так і тактильний, смаковий і нюховий типи сенсорного сприйняття реципієнтами феноменів успіху й невдачі.

У межах групи поліфункційних перцептивних образів к. SUCCESS репрезентується в образах визначних особистостей кінематографічної, суспільно-політичної, наукової і ділової сфер, журналістики, в образах членів родини, кризь призму образів грошей, наркотиків і їжі та ін.: *money* (80); *Oprah Winfrey* (46); *Angelina Jolie* (24); *Bill Gates* (23); *Donald Trump* (19); *Barack Obama* (18); *sex* (11); *father* (10); *Steven Jobs* (8); *tears* (8); *drugs* (6); *Michelle Obama* (5); *food* (4); *beer* (1) та ін.

Подібними є й конституенти аналогічної групи образів к. УСПІХ, що містить наступні актуальні для українських опитуваних вербальні реакції: *гроші* (116); *Ренат Ахметов* (23); *Рокфеллер* (18); *Біл Гейтс* (12); *Маргарет Тетчер* (7); *Джоан Роулінг* (6); *Юлія Тимошенко* (6); *Міккі Маус* (1); *принцеса Діана* (1); *Катя Пушкарьова* (1); *Генрі Форд* (1); *Брук Девіс* (1); *Іван Сірко* (1); *Руал Амундсен* (1); *сніданок з краєвидом на Ельбрус* (1) та ін. Найяскравіше досліджуваний концепт реалізується в образах грошей, особистостей вітчизняних та американських фінансових магнатів і політичних діячів, іноземних винахідників і письменників, кінозірок тощо.

Щоправда, у складі групи поліфункційних перцептивних образів к. SUCCESS не зареєстровано жодної реакції на позначення видатних представників іноземних національно-мовних спільнот (зокрема, української) на відміну від аналогічної групи к. УСПІХ, що є значно яскравіше репрезентованим в особистостях американської національної культури, аніж вітчизняної. Отже, слід констатувати факт відсутності колективних значущих образів відомих українців, які б вважалися вітчизняними респондентами успішними. На противагу останнім в американській мовній свідомості успіх асоціюється саме з видатними представниками американського соціуму.

Концептуальна пара FAILURE і НЕВДАЧА у межах груп поліфункційних перцептивних образів актуалізується через вербальні одиниці на позначення їжі,

наркотиків, негативної міміки обличчя, невербальних психофізіологічних реакцій на невдалий результат, осіб, які мають специфічний соціальний статус, президентів США та України, відомих в американській та українській лінгвостільностях кіно-, мультиплікаційних, літературних героїв тощо: *tears* (38); *drugs* (33); *George Bush* (23); *Michael Jackson* (19); *alcoholic* (10); *bad sex* (9); *Barack Obama* (5); *sweat* (3); *bad pizza* (3); *Kanye West (a rapper)* (2); *Colin Farrell in "Pride and Glory"* (1); *a bum standing on the corner asking me for money every time I pass* (1); *eggs* (1); *early martini* (1) / *сльози* (24); *Віктор Ющенко* (21); *Генадій Букін* (18); *алкоголік* (18); *віслюк Іа* (14); *містер Бін* (11); *гроші* (9); *Катя Пушкарьова* (8); *бомж* (8); *Джордж Буш* (6); *Пікова Дама* (3); *Гомер Сімпсон* (1) та ін.

Вартим уваги є те, що низка однакових мовних одиниць ПЕД можуть відображати образи обох членів бінарної опозиції у парах зіставляваних концептів. Наприклад, вербальні реакції *tears* (8) (к. SUCCESS) і *tears* (38) (к. FAILURE) асоціативно пов'язані у свідомості американських респондентів як з явищем успіху, так і з явищем невдачі, відбиваючи у їхньому особистому досвіді психофізіологічні реакції плачу в процесі переживання успішного та невдалого результатів протилежної емоційної забарвленості. Щоправда, наведена вище вербальна реакція є майже вп'ятеро частотнішою при репрезентації невдачі, а отже, цей феномен через зазначену реакцію осмислюється в американській мовній свідомості глибше, ніж феномен успіху.

Подібна специфіка виявляється й у вербалізації у даних ПЕД явищ успіху та невдачі в українській мовній свідомості, зокрема, реакція *Катя Пушкарьова* (1) (к. УСПІХ) / *Катя Пушкарьова* (8) (к. НЕВДАЧА) фіксує в свідомості українців асоціативний зв'язок між образом героїні відомого російського телесеріалу з успішними або невдалими результатами діяльності людини. При цьому набагато частотнішою наведена реакція є при концептуалізації к. НЕВДАЧА, що більшою мірою підкреслює невдатність, аніж успішність кіногероїні з точки зору українського колективного інформанта.

Візуальні образи в структурі перцептивно-когнітивних складових зіставляваних концептів є другими за показниками наповненості вербальними одиницями ПЕД після груп поліфункційних перцептивних образів. Зорові образи містять 5,18% од. – к. SUCCESS, 7,15% од. – к. УСПІХ, 3,86% од. – к. FAILURE і 6,21% од. – к. НЕВДАЧА, що дозволяє зазначити про більшу важливість візуальних аналізаторів для носіїв української мовної свідомості у зіставленні з американською при сенсорній

концептуалізації феноменів успіху та невдачі (див. табл. 1 і табл. 2). Про це свідчать і розрахункові дані критерію Стюдента, за якими встановлено значущість різниці між відносними показниками обсягу зорових образів кк. SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА на користь українських концептів.

Зорові рецептори загалом є достатньо значущими для людини при сприйнятті та осмисленні того чи іншого фрагменту дійсності. Зокрема, А. П. Бабушкін зауважує, що основний обсяг інформації суб'єкт отримує через візуальний канал, образність передусім асоціюється з наочністю, а концепт, – із “мисленневою картинкою”, візуальним уявленням об'єкту рефлексії (Бабушкін 1996: 19). Така картинка створюється у колективній свідомості носіїв мови за допомогою комбінації властивих певному предмету чи явищу характеристик, параметрів, особливостей конфігурації і решти даних, які отримує індивід саме в результаті зорового сприйняття (там само).

Більшість конститuentів зорових образів кк. SUCCESS і УСПІХ є ізоморфними в змістовому аспекті, відбиваючи явище успіху в позитивній міміці обличчя, в образі автомобіля, в образах нагород, грошових банкнот й ірадіаційних природних феноменів та ін., наприклад : *car* (33); *a happy face* (16); *smile* (11); *diploma* (12); *a \$* (5); *Cadillac* (2); *luxury car* (2); *Toyota* (1); *horizon* (1); *sunrise* (1) / *посмішка* (18); *статуетка "Оскар"* (16); *орден* (15); *медаль* (13); *нагорода* (13); *лавровий вінок* (12); *спортивний кубок* (11); *сонце* (10); *долар* (8); *машина* (6); *зірка* (4); *чисте небо* (1); *ліхтар* (1) та ін.

Переважно аломорфними за змістом є компоненти візуальних образів кк. FAILURE і НЕВДАЧА. Так, американські мовці найчастіше концептуалізують явище невдачі крізь призму негативної міміки обличчя, в образах людини, будинку, президента та ін. – *a sad face* (28); *human* (18); *house* (3); *bank* (2); *George Bush on the aircraft carrier with his thumbs up* (1); *soldiers* (1); *an empty notebook* (1); *the man in the mirror* (1); *blackness* (1); *my home made tattoo* (1) та ін.

У свою чергу, для українських комунікантів при концептуалізації феномену невдачі найбільш актуальними є образи тварин, розбитих, пустих або зіпсованих предметів, речей, що символізують неволю, кольори та ін.: *чорна кішка* (49); *чорний колір* (37); *розбите дзеркало* (5); *в'язниця* (3); *наручники* (2); *пусте відро* (2); *червоний розбитий ліхтар* (1); *розбитий посуд* (1); *білка в колесі* (1); *кандали* (1); *ланцюг* (1); *жінка з пустими відрами* (1); *проколота шина в автомобілі* (1) та ін.

Третіми у рейтингу образів перцептивного прошарку досліджуваних концептів є звукові (аудіальні) образи, що містять 0,2% од. – к. SUCCESS, 0,48% од. – к. УСПІХ,

0,51% од. – к. FAILURE і 0,05% од. – к. НЕВДАЧА (див. табл. 1 і табл. 2).

У межах концептуальної пари SUCCESS і УСПІХ об'ємнішим виступає звуковий образ останнього, тоді як у концептуальній парі FAILURE і НЕВДАЧА істотно більш наповненим є аудіальний образ к. FAILURE (див. табл. 1 і табл. 2). За розрахунками критерію Стьюдента, незначущою є різниця в показниках об'єму досліджуваних образів кк. SUCCESS і УСПІХ, однак значущою в показниках наповнення звукових образів кк. FAILURE і НЕВДАЧА. Отже, майже рівнозначну роль відіграють слухові аналізатори для носіїв американської та української мовної свідомості при чуттєвій рефлексії ними явища успіху, але при концептуалізації невдачі аудіальні рецептори є важливішими для американських мовців.

Звуковий образ к. SUCCESS представлений асоціатами на позначення сміху, рок-н-рольних музичних мотивів – *laugh* (3); *rock 'n roll* (1); *laughter* (1). У свою чергу, наповнення аудіального образу к. УСПІХ здійснюється за рахунок мовних одиниць ПЕД, що позначають пісенні композиції зарубіжних виконавців, аудіальні враження від овацій: *пісня Тіни Тернер “You're simply the best”* (4); *овації* (3); *пісня “Фінська полька”* (1); *пісня The Beatles “Yesterday”* (1); *пісня Queen “The show must go on”* (1); *пісня “Главней всего погода в доме”* (1).

Серед поданих музичних творів відсутні зразки вітчизняних музичних композицій, які, вочевидь, не вважаються українськими опитуваними настільки успішними, як пісенна творчість американських, британських та ін.співаків.

Схожими за змістовим наповненням виявляються аудіальні образи кк. FAILURE і НЕВДАЧА, представлені асоціативними та символічними одиницями на позначення мінорних, сумних музичних композицій: *any sad, depressing song* (8); *the song “Hurt” by Johnny Cash* (1); *the song “All downhill from here” by Amy Kuney* (1); *the Queen's song “Somebody to Love Me”* (1) / *укр. народна пісня “Прив'язали Галю до сосни косами”* (1).

Звуковий образ к. FAILURE є змістовнішим, яскравіше актуалізованим у пісенних творах американських і британських виконавців. Цікавим видається той факт, що, якщо аудіальний образ к. УСПІХ репрезентований виключно зарубіжними музичними композиціями, то відповідний образ к. НЕВДАЧА втілюється в українській народній пісні про жорстокі тортури козаків над нещасною довірливою дівчиною.

Аналіз когнітивного прошарку перцептивно-когнітивної складової кк. SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА із залученням даних ПЕД виконується на основі осмислення специфіки метафоричної і метонімічної репрезентації досліджуваних

концептів через уподібнення – характеристику, що формує область схожості суб'єктів метафори (Гольцова e-doc; Плужников e-doc). Наповнення когнітивних конститuentів кк. SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА здійснюється переважно за рахунок метафоричних КО, сформульованих у результаті когнітивної інтерпретації дефініційних одиниць, одержаних внаслідок виконання респондентами завдання ПЕД на подання суб'єктивних визначень до понять *success, failure, usnix, невдача*.

Одержані КО розкривають метафоричну та метонімічну природу денотатів концептів, уподібнюючи явища успіху й невдачі до низки предметів, представників фауни, природних феноменів, моральних якостей та емотивних станів, властивих передусім людині – носію категорії успіху або невдачі та ін.

Когнітивні прошарки перцептивно-когнітивних складових зіставлюваних концептів виявляють аломорфізм у кількісному наповненні даними ПЕД. Так, досліджувані прошарки кк. SUCCESS і УСПІХ містять відповідно 0,98% і 0,2%, а когнітивні субскладові кк. FAILURE і НЕВДАЧА – відповідно 0,59% і 0,78% дефініційних одиниць ПЕД (див. табл. 1 і табл. 2). Результати обрахунку критерію Стьюдента свідчать про значущість відсоткового розходження в наповненні когнітивних образів кк. SUCCESS і УСПІХ, що дозволяє зауважити істотнішу роль когнітивно-ментальних мисленнєвих процедур для американських респондентів при рефлексії явища успіху в зіставленні з українськими мовцями. Різниця між відносними показниками наповнення когнітивних образів кк. FAILURE і НЕВДАЧА є незначущою, отже, практично рівноцінною є роль психокогнітивного, ментального ресурсу свідомості для американських та українських концептуалізаторів феномену невдачі.

Когнітивна репрезентація кк. SUCCESS і УСПІХ здійснюється у межах аломорфних метафоричних моделей. Так, для американської мовної свідомості при образній рефлексії концептуального феномена успіху характерними є такі метафоричні моделі: **УСПІХ** → **СТАРТ** (темпорально-метричний образ за КО SUCCESS is likened to start 7 (0,3%): a beginning for achieving another success (7)); **УСПІХ** → **ЖЕРТВА** (віктимний образ за КО SUCCESS is likened to sacrifice 6 (0,25%): sacrifice (6)); **УСПІХ** → **ЖИТТЯ** (вітальний образ за КО SUCCESS is likened to life 4 (0,17%): life itself (4)); **УСПІХ** → **НАДІЯ** (емотивний образ за КО SUCCESS is likened to hope 3 (0,13%): hope (3)); **УСПІХ** → **МЕТА** (когнітивно-мотиваційний образ за КО SUCCESS is likened to goal 3 (0,13%): the goal (3)).

У свою чергу, в українській мовній свідомості явище успіху образно фіксується за

допомогою таких метафоричних моделей: **УСПИХ** → **РУХ** (лепідоптерологічний образ за КО УСПИХ уподібнюється до метелика 1 (0,04%): *метелик, що летить на світло в темну ніч* (1)); **рухові образи** за КО УСПИХ уподібнюється до кроку 1 (0,04%): *крок до наступного досягнення* (1) та КО УСПИХ уподібнюється до злету 1 (0,04%): *стрімкий злет звичайної людини* (1)); **УСПИХ** → **ПТАХ** (орнітологічний образ за КО УСПИХ уподібнюється до птаха 1 (0,04%): *та голуба птаха, до якої тягнуть руки багато людей, а вона дістається одиницям* (1)); **УСПИХ** → **СВІТЛО** (образ астрономічного об'єкта за КО УСПИХ уподібнюється до сонця 1 (0,04%): *сонце, що яскраво світить* (1)).

Слід зауважити, що КО у складі когнітивної субскладової к. SUCCESS, на противагу КО аналогічної підскладової к. УСПИХ, є наповненими за рахунок частотніших дефініційних реакцій, демонструючи більш загальну колективну спрямованість, типовість, подібність у механізмах ментальної, когнітивної обробки носіями американської мовної свідомості асоціативного та аперцепційного досвіду, пов'язаного з концептуалізацією явища успіху. У свою чергу, КО когнітивного конститuentу к. УСПИХ є одиничними та виявляють індивідуальний характер психоментальної рефлексії сутності успіху українськими опитуваними.

Образна реалізація кк. FAILURE і НЕВДАЧА здійснюється, подібно до кк. SUCCESS і УСПИХ, за аломорфними моделями метафоричного, а також метонімічного переносу. Зокрема, к. FAILURE метафорично репрезентується в американській мовній свідомості у таких моделях: **НЕВДАЧА** → **РУХ** (рухово-дистанційний образ за КО FAILURE is likened to step 6 (0,26%): *is the one step closer to success* (6)); **НЕВДАЧА** → **РЕЧОВИНА** (метафорично осмислений смаковий образ за КО FAILURE is likened to salt 3 (0,14%): *the salt that makes success sweeter than ever* (3)); **НЕВДАЧА** → **ШЛЯХ** (ландшафтний образ за КО FAILURE is likened to road 3 (0,14%): *is the road to success* (3)); **НЕВДАЧА** → **ФОРМА РЕЛЬЄФУ** (ландшафтний образ за КО FAILURE is likened to rock 1 (0,05%): *a stumbling rock which will eventually shape into a stepping stone* (1)).

Натомість в українській мовній свідомості к. НЕВДАЧА відображається в наступних метафоричних моделях: **НЕВДАЧА** → **ЖИТТЯ** (вітальний образ за КО НЕВДАЧА уподібнюється до життя 6 (0,27%): *життя без майбутнього* (5), *життя ні для чого* (1)); **НЕВДАЧА** → **ВИДОВЖЕНИЙ ПРОСТІР** (геометрично-просторовий образ із колірним компонентом за КО НЕВДАЧА уподібнюється до чорної смуги 2 (0,09%): *аморфна чорна смуга прикрих ситуацій, яка трапляється з людиною*

епізодично або протягом усього її життя; невезіння, яке наче темна смуга з'являється у житті кожного (1)); **НЕВДАЧА** → **ДОСВІД** (дидактичний образ за КО НЕВДАЧА уподібнюється до уроку 1 (0,05%): той важкий життєвий урок, з якого ти, на жаль, нічого не засвоїв (1)).

Досліджуваний концепт у межах когнітивної субскладової також реалізується в метонімічних моделях: **РИСА ХАРАКТЕРУ** → **НЕВДАЧА** (невдача співвідноситься із негативними людськими рисами характеру за КО НЕВДАЧА уподібнюється до слабкості 5 (0,23%): слабкість (5)), **ЕМОЦІЙНИЙ СТАН** → **НЕВДАЧА** (невдача співвідноситься з емотивними станами, властивими людині, за КО НЕВДАЧА уподібнюється до збентеженості 3 (0,14%): збентеженість (3)).

Подібно до сенсорних компонентів кк. SUCCESS–FAILURE, УСПІХ–НЕВДАЧА, у складі когнітивних субскладових зіставлюваних концептів наявні КО, у яких утілюється як концептуалізоване явище успіху, так і концептуальний феномен невдачі. Зокрема, за рахунок метафоричних моделей **НЕВДАЧА** → **РУХ** та **УСПІХ** → **РУХ**, у яких відбиваються КО FAILURE is likened to step 6 (0,26%) і КО УСПІХ уподібнюється до кроку 1 (0,04%), через руховий образ кроку метафорично осмислюються обидва досліджувані концептуальні феномени.

У метафоричних моделях **УСПІХ** → **ЖИТТЯ** та **НЕВДАЧА** → **ЖИТТЯ** феномени успіху й невдачі образно рефлексуються через вітальний образ: у КО SUCCESS is likened to life 4 (0,17%) і НЕВДАЧА уподібнюється до життя 6 (0,27%) реалізується оптимістичне сприйняття життя американськими інформантами та песимістичне ставлення до життя українських респондентів, у мовній свідомості яких життя в когнітивно-ментальному плані як активна, діяльнісна форма існування матерії і духу визнається невдалим.

Більшою мірою, однак, подібні метафоричні асоціації носять індивідуальний характер, оскільки КО, у яких вони актуалізуються, є несуттєвими за показниками кількісного вмісту дефініційних одиниць ПЕД. Наведені приклади підкреслюють смислову багатогранність кк. SUCCESS – FAILURE, УСПІХ – НЕВДАЧА, багатомірність ментального, когнітивного простору свідомості носіїв американської та української лінгвокультур, дають змогу мовцям глибше концептуалізувати сутність явищ успіху та невдачі.

Таким чином, у цій науковій розвідці в зіставному аспекті за результатами ПЕД описано та проаналізовано специфіку перцептивно-когнітивних шарів кк. SUCCESS –

FAILURE, УСПИХ – НЕВДАЧА, зокрема з'ясовано, що при концептуалізації абстрактних феноменів успіху й невдачі в американській та українській мовній свідомості сенсорна сфера суттєво домінує над когнітивною. За результатами дослідження також виявлено, що поліфункційні перцептивні образи є найбільш значущими в межах перцептивних субскладових кк. SUCCESS – FAILURE, УСПИХ – НЕВДАЧА. При студіюванні реалізації зіставлюваних концептів у когнітивній площині ідентифіковано наступні метафоричні та метонімічні образи: темпорально-метричний, вітальний, емотивний, віктимний, когнітивно-мотиваційний образи (к. SUCCESS); рухові образи, образ астрономічного об'єкта, лепідоптерологічний та орнітологічний образи (к. УСПИХ); рухово-дистанційний, метафорично осмислений смаковий і ландшафтний образи (к. FAILURE); вітальний, антропоморфний, геометрично-просторовий і дидактичний образи (к. НЕВДАЧА).

Перспективними є подальші зіставні студії перцептивно-когнітивних складових концептуальних фрагментів успіху й невдачі в площині мовної свідомості американської, української та інших комунікативних спільнот із залученням різноманітного мовного та мовленнєвого матеріалу. Вбачаємо необхідність і в детальному описові та аналізі поняттєвих та інтерпретаційних складових кк. SUCCESS – FAILURE, УСПИХ – НЕВДАЧА на матеріалі даних психолінгвістичного експерименту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Алефиренко Н. Ф.* Этноэдемический концепт и внутренняя форма языкового знака / Н. Ф. Алефиренко // Вопросы когнитивной лингвистики. – Тамбов : Издательство ООО “Российская ассоциация лингвистов-когнитологов”, 2004. – № 1. – С. 70–81.
2. *Бабушкин А. П.* Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка : [учебное пособие] / А. П. Бабушкин. – Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 1996. – 104 с.
3. *Барабанщиков В. А.* Ментальная репрезентация : динамика и структура / В. А. Барабанщиков // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. – М. : Изд-во РГНФ, 1999. – № 2. – С. 89–91.
4. *Голубовська І. О.* Етнічні особливості мовних картин світу : [монографія] / І. О. Голубовська. – К. : Логос, 2004. – 284 с.
5. *Гольцова Н. Г.* Многозначность слова [Электронный ресурс] / Н. Г. Гольцова // Ресурс для лингвистов, филологов, семиологов, учителей русского языка и литературы. – Режим доступа к статье : http://teneta.rinet.ru/rus/me/mnogo_lexica_op_lekant.htm.
6. *Залевская А. А.* Введение в психолингвистику : [учебник] / А. А. Залевская. – М. : Изд-во Российского государственного гуманитарного университета, 1999. – 355 с.
7. *Калініченко В. І.* Перцептивно-образні складові концептів УСПИХ і SUCCESS в українській та англійській мовах (на матеріалі текстів сучасної художньої літератури) / В. І. Калініченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика» : Збірник наукових праць. Випуск 14. – Херсон : ХДУ, 2011. – С. 356–363.
8. *Калініченко В. І.* Специфіка методології зіставного лінгвокогнітивного дослідження концепту / В. І. Калініченко // *Studia Germanica et Romanica*. – Серія : Іноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання. – Донецьк : ДонНУ, 2011. – Т. 8. – № 3 (24). – С. 52–66.
9. *Калініченко В. І.* Ядерний зміст вербалізованих концептів УСПИХ, SUCCESS, НЕВДАЧА, FAILURE (на матеріалі сучасної української та американської художньої літератури і психолінгвістичного експерименту) / В. І. Калініченко // Науковий вісник

Волинського національного університету ім. Л. Українки. – Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Луцьк : РВВ ВНУ, 2011. – № 5. – Ч. 1. – С. 163–169. 10. *Кравченко А. В.* Язык и восприятие : Когнитивные аспекты языковой категоризации : [монография] / А. В. Кравченко. – Иркутск : Изд-во Иркутского государственного университета, 1996. – 160 с. 11. *Кубрякова Е. С.* Язык и знание : На пути получения знаний о языке : Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира : [сборник трудов] / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. 12. *Манакін В. М.* Когнітивна лінгвістика та доцільність для сучасного мовознавства / В. М. Манакін // Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету ім. В. Винниченка. – Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ, 2011. – Вип. 95 (1). – С. 3–6. 13. *Плужников И. Н.* Метафора и метонимия как вид переноса названий. Регулярные модели метафорических и метонимических переносов [Электронный ресурс] / И. Н. Плужников // Город эрудитов. Научный ресурс. – Режим доступа к статье : <http://www.eruditscity.ru/3074> 14. *Попова З. Д.* Когнитивная лингвистика : [учебное пособие] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ Восток-Запад, 2007. – 314 с. 15. *Попова З. Д.* Язык и национальное сознание / З. Д. Попова, И. А. Стернин // Вопросы теории и методологии. – Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 2002. – 313 с. 16. *Прохоров Ю. Е.* В поисках концепта : [учебное пособие] / Ю. Е. Прохоров. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 176 с. 17. *Селиванова Е. А.* Когнитивная ономазиология : [монография] / Е. А. Селиванова. – К. : Изд-во украинского фитосоциологического центра, 2000. – 248 с. 18. *Стернин И. А.* Коммуникативное и когнитивное сознание / И. А. Стернин // С любовью к языку : Сб. науч. трудов. – Москва-Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 2002. – С. 44–51. 19. *Терехова Д. І.* «Асоціативний гештальт» як інструмент структурування асоціативного поля / Д. І. Терехова // Проблеми зіставної семантики. – К. : Вид. центр Київського національного лінгвістичного університету, 2005. – Вип. 7. – С. 31–35. 20. *Croft W.* Cognitive Linguistics / W. Croft, D. Cruse. – Cambridge : CUP, 2004. – 356 p. 21. *Dirven R.* Cognitive Exploration of Language and Linguistics / R. Dirven, M. Verspoor. – Amsterdam, Philadelphia : Benjamins, 1998. – 300 p. 22. *Jackendoff R.* Semantics and Cognition / R. Jackendoff. – Cambridge : MIT Press, 1993. – 322 p. 23. *Lakoff G.* Classifiers as a Reflection of Mind / G. Lakoff // Noun Classes and Categorization : 13. 11. 1983 : Proc. of a Symposium on Categorization and Noun Classification. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1986. – P. 13–51. 24. *Langacker R. W.* Culture, Cognition and Grammar / R. W. Langacker // Language Contact and Language Conflict. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1994. – P. 25–53.

Стаття надійшла до редакції 11.06.2014