

## АНОТАЦІЯ

**Алексєєва Н.М. Особливості функціонування англomовних гіпонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі.** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 – Філологія. – Одеський національний університет імені І. І. Мечникова Міністерства освіти і науки України, Одеса, 2021.

З кожним роком інтерес до процесів номінації зростає і коло ономастичних досліджень невпинно розширюється, охоплюючи все більше нових, раніше недосліджених груп власних назв. У дисертаційній роботі комплексно розглядаються власні назви коней під кутом зору їх функціонування як одиниць мови та мисленнєвих структур. Доводиться, що, незважаючи на статус периферійного онімного розряду, гіпоніми вартують більш предметного аналізу, адже це складне явище, яке охоплює паспортні офіційні та народні неофіційні пропріативи, а процес назвотворчості є трудомістким та потребує значної винахідливості.

**Наукова новизна** одержаних результатів полягає в тому, що в роботі уточнено й уніфіковано систему термінопозначень для опису процесу номінації коней; вперше досліджено вплив екстралінгвальних чинників на систему гіпонімів; вперше здійснено лінгвістичний аналіз широкого гіпонімного матеріалу, і, як наслідок, виявлено структурні, семантичні, словотвірні особливості цього класу пропріативів та їх функціональне навантаження; проаналізовано специфіку ментального буття гіпонімів різної природи у ментальному лексиконі носіїв англійської мови.

**Теоретичне значення** дослідження полягає в застосуванні принципово нового когнітивно-дискурсивного підходу до вивчення гіпонімів крізь призму ментальних операцій категоризації та концептуалізації. Результати дослідження є внеском у розвиток вітчизняної та зарубіжної ономастики, адже вони розширюють наукові знання в області зооніміки й гіпоніміки та стимулюють створення нових

зоонічних розвідок, присвячених вивченню процесу номінації тварин як давніх та незмінних супутників людини.

**Практичне значення** дисертації полягає в тому, що результати роботи можуть бути використані в практиці викладання вишівських курсів із загального мовознавства, лексикології сучасної англійської мови, а також у спеціальних курсах психолінгвістики, когнітивної ономастики. Також можливе застосування результатів дослідження студентами та аспірантами для написання кваліфікаційних і дисертаційних робіт.

Робота складається з анотацій українською й англійською мовами, списку опублікованих праць за темою дисертації, змісту, вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаної літератури та додатків. Список використаної літератури становить 237 позицій, з них 69 – іноземними мовами. Повний обсяг дисертації – 300 сторінок, робота містить 32 таблиці та 7 діаграм.

Перший розділ «**Теоретичне підґрунтя дослідження**» присвячено вивченню та систематизації загальних відомостей про зародження, становлення, сучасний стан та об'єкт ономастичних досліджень, висвітлено особливості зоонічного підполя як окремого сектору ономастичного простору, а також окреслено загальну характеристику гіпонімів, їх місце в системі власних назв.

Новітність досліджуваного онімного розряду обумовила необхідність уточнити базові термінозначення, релевантні для оперування у цій сфері наукового пошуку. Для посилення на власні назви коней було запропоновано вживати термін «гіпонім». Для посилення на розділ ономастики, який вивчає функціонування власних назв коней, традиційно вживається термін «гіпоніміка». Було виділено таку складову гіпоніміки, як «гіпонімія» або «гіпонімікон», що охоплює сукупність усіх власних назв коней, які йменуються в індивідуальному порядку.

Другий розділ «**Структурні та функціонально-семантичні особливості гіпонімів**» охоплює структурну, словотвірну, мотиваційну та функціональну класифікації гіпонімів.

У процесі дослідження було виділено такі структурні типи гіпонімів: прості, які поділяються на безафіксні, афіксальні та усічені; складні, які поділяються на власне композити, афіксальні композити та складні скорочення; а також складені, що охоплюють словосполуки, словосполучення, фрази, комбіновані аббревіатури, гіпонімні зсуви та редуplikовані назви. Серед офіційних гіпонімів найуживанішими за структурою є словосполучення (69,6%) та фрази (10,4%), що можна пояснити підвищеною потребою в оказіональному словотворенні. Серед неофіційних гіпонімів абсолютну більшість складають прості гіпоніми – афіксальні (40,6%), безафіксні (37%) та усічені (10,6%), що можна пояснити тенденцією до створення короткої, легкої для вимови та запам'ятовування назви в народному назовництві.

Було встановлено, що система творення гіпонімів є багатогранною та представлена практично усіма можливими способами словотворення, поширеними в сучасній англійській мові. У процесі дослідження було виявлено, що найбільш продуктивним лексико-семантичним шляхом збагачення англомовного гіпонімікону є онімізація апелювальної лексики. Серед словотвірних моделей офіційних та неофіційних гіпонімів було виокремлено афіксацію, складання, скорочення, стягнення та одноосновні назви. Творення офіційних гіпонімів шляхом складання є найпродуктивнішим (88,9%). Найбільш поширеною словотвірною моделлю неофіційних гіпонімів є афіксація (40,6%), поширеними є також одноосновні назви (37%). Гіпоніми формують незамкнений континуум, який постійно оновлюється за рахунок поповнення новими номінативними одиницями.

Окремо розглянуто специфічні способи словотворення, які містять онімне обігрування та обіймають сегментацію, тобто порушення звичної сполучуваності морфем у складі назви, семантичний каламбур, тобто творення назви за принципом подвійної семантики з залученням мовної гри, стилізацію, тобто запозичення традиційної моделі власних назв інших розрядів у творенні гіпонімів, гібридизацію, тобто поєднання різномовних компонентів в одній назві, графон, тобто неформальні скорочення або неправильний правопис компонентів назви, а також анаграми, тобто хаотичні перевпорядкування літер назви, її зворотне

відтворення. Специфічні способи словотворення представляють нову, нетрадиційну палітру словотвірних моделей, надають підвищену експресію назві, слугують результатом індивідуальної мовотворчості.

Аналіз мотиваційної структури офіційного гіпонімікону дозволив встановити, що домінувальні позиції належать номінальній (16,7%), патронімічній (28,6%), меморіальній (11%) та локативній мотивації (7,6%), тобто, окрім довільного підбору назви без конкретного мотиву, в основі мотивування офіційних гіпонімів лежить така сукупність фактів: відношення коня до предків, територіальна приналежність і родинні зв'язки власника, онімне наповнення його пам'яті. Усе розмаїття мотивів у сфері неофіційної номінації зводиться до превалювання номінальних, ситуативних, меморіальних, асоціативних та сутнісних гіпонімів. Було встановлено, що номінативний процес офіційної та неофіційної сфер характеризується спорідненістю мотивів, хоча мотивація офіційних гіпонімів є більш стихійною.

Було також з'ясовано, що офіційні гіпоніми можуть виконувати дванадцять функцій: номінативну, емоційно-експресивну, апелятивно-комунікативну, сугестивну, іміджетворчу, характеристичну, дейктичну, меморіальну, текстотворчу, метамовну, соціальну та культурно-інформативну. Обов'язковими є номінативна, іміджетворча та культурно-інформативна функції, тоді як усі інші є факультативними та реалізуються в різноманітних поєднаннях. Значно менш розгалуженим є функціональний потенціал неофіційних гіпонімів, який зводиться до обов'язкової реалізації у назвах номінативної та вокативної функцій з можливим залученням конотативного компонента у їхню семантичну структуру.

Третій розділ «**Ментальне буття гіпонімів**» базується на дослідженні власних назв коней як когнітивних структур. Доведено, що гіпоніми, як і будь-які інші власні назви, відомі людині, зберігаються у її ментальному лексиконі, тобто сховищі довгострокової пам'яті, у вигляді онімних концептів – комплексів знань про об'єкти номінації, які покликані зберігати, структурувати та передавати онімну інформацію. Два процеси супроводжують входження гіпонімів до ментального лексикону: процес концептуалізації, тобто витворення концепту, та процес

категоризації, тобто введення цього концепту до певного фрейму. Після такої трансформації та перекодування гіпоніми-концепти формують гіпонімний субфрейм як складник ширшої когнітивної категорії – зоонімного фрейму.

Для того, щоб визначити, що саме репрезентує гіпонім у ментальному лексиконі носіїв англійської мови та виявити семантичне наповнення гіпонімів-концептів, було проведено вільний асоціативний експеримент, який полягає в отриманні асоціативних реакцій респондентів, побудові асоціативних полів гіпонімів-стимулів із подальшим кількісним та якісним опрацюванням результатів.

Проведення вільного асоціативного експерименту супроводжувалося додатковим обговоренням з респондентами їхніх стратегій асоціювання з метою збереження об'єктивності, точності та достовірності наукової інтерпретації результатів. У процесі аналізу анкет було виявлено такі специфічні стратегії асоціювання: 1) пролонговані описові та експозиторні асоціації, побудовані як ціле висловлювання; 2) орієнтація на конотативні властивості стимулів, які зумовлюють специфіку реагування; 3) доповнення асоціацій коментарями-роздумами, взятими в дужки; 4) вибір єдиної тематичної лінії асоціювання; 5) надання невербальних реакцій-пиктограм; 6) надання однакової реакції на всі стимули.

Для усіх асоціатів, що повторюються, було вираховано індекс яскравості за формулою Ю. Д. Апресяна, що дозволило виділити більш і менш яскраві, ядерні та периферійні реакції, встановити вагомість кожної реакції в загальній структурі асоціативного поля, міру асоціативної зв'язності реакції зі стимулом.

У ході дослідження було виокремлено три типи гіпонімів: реальні офіційні, тобто, власні назви визначних коней-персоналій реальної дійсності; реальні неофіційні, які обіймають найбільш популярні в країнах англосфери повсякденні, розмовно-побутові наймення коней; віртуальні, тобто назви широковідомих коней-персонажів літературних творів та кінофільмів.

Було також виокремлено дев'ять типів асоціативних реакцій: 1) гіперонімні реакції, які є спробою встановлення класу денотата, якому належить онім-стимул; 2) синонімні реакції, тобто дескрипції, перифрази чи синоніми до оніма-стимулу; 3) квалітативні реакції, які вказують на властивості та прикмети стимулу; 4)

меронімні реакції, які позначають частину чи ціле по відношенню до стимулу; 5) каузативні реакції, які формуються шляхом причинно-наслідкового асоціювання; 6) суміжні реакції, утворені шляхом метафоричного чи метонімічного осмислення стимулу; 7) символічні реакції, які є усталеними концептуальними структурами іншої, ніж зміст стимулу, понятійної сфери; 8) фонетичні реакції, які ґрунтуються на співзвучності оніма з пропонованим асоціатом або на інших різновидах мовної гри; 9) індивідуальні реакції, які неможливо розтлумачити без додаткових пояснень респондента, оскільки асоціативний зв'язок зі стимулом не є прозорим та породжується особистим досвідом індивіда, незрозумілим експериментатору.

Установлено, що високопродуктивними для гіпонімних стимулів є три типи реакцій: синонімні (33,4%), гіперонімні (32,8%) та квалітативні (15,8%). Поширеність гіперонімного асоціювання корелює із загальною тенденцією, однак переважання синонімних та квалітативних асоціатів є особливістю сприйняття гіпонімів носіями англійської мови – гіпонімні стимули багаті на синоніми, дескрипції та перифрази, які яскраво відображають особистісні смисли та досвід респондентів.

Виокремлення ядерних реакцій дозволило встановити, що реальні гіпоніми *Secretariat, War Admiral, California Chrome, Man O' War, Seabiscuit* та *Hoof Hearted*, а також віртуальні гіпоніми *Flicka, Black Beauty, Ginger* та *Spirit* присутні у вигляді окремих концептів у ментальних лексиконах носіїв англійської мови на загальномовному рівні. Вони формують центр загальномовного гіпонімного субфрейму на противагу його периферії (*Cincinnati, Ravel, Charisma, Nelson; Shadowfax, Joey, Bree*). Встановлено, що структура асоціативного поля неофіційних гіпонімів-стимулів є вкрай неоднорідною. Вони характеризуються поліденотатністю та мають неабиякий потенціал та різновекторність у номінуванні тварин.

**Ключові слова:** ономастика, гіпонім, структурні типи гіпонімів, спосіб словотворення, мотивація, функції, ментальний лексикон, онімний концепт, вільний асоціативний експеримент, асоціативна реакція, асоціативне поле.

## ABSTRACT

**Aleksieieva N.M.** Peculiarities of functioning of English hipponyms in language, speech and mental lexicon. – Qualification scientific work published in manuscript form.

PhD thesis for a candidate degree in philology, specialty 035 – Philology. – Odesa National University named after I.I. Mechnikov of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Odesa, 2020.

Every year the interest in the nomination processes grows and the range of onomastic researches is constantly expanding, covering more and more new, previously unexplored groups of proper names. In this PhD thesis the proper names of horses are comprehensively considered from the point of view of their functioning as units of language and mental structures. It turns out that, despite the status of the peripheral onymic category, hipponyms are worth more substantive analysis, because it is a complex phenomenon that covers passport official and folk unofficial names, and the naming process is time consuming and requires considerable ingenuity.

The **scientific novelty** of the work lies in the fact that it clarifies and unifies the system of terms to describe the process of nomination of horses; it is for the first time that the influence of extralingual factors on the system of hipponyms has been studied; a linguistic analysis of a wide hipponymic material has been performed, and, as a result, structural, semantic, word-forming features of this class of onyms and their functional load has been revealed; the specifics of mental existence of hipponyms of different nature in the mental lexicon of English speakers has been analysed.

The **theoretical significance** of the work is due to the new cognitive-discursive approach to the study of hipponyms through the prism of mental operations of categorization and conceptualization. The results of the study are a contribution to the development of national and foreign onomastics, as they expand scientific knowledge in the field of zoonymy and hipponymy and stimulate the initiation of new zoonymic investigations dedicated to the study of the nomination of animals as ancient and unchanging companions of man.

**Practical value** of this dissertation research is determined by the possibility of using the obtained results for teaching university-level courses in general linguistics, English lexicology and special courses in psycholinguistics and cognitive onomastics. The practical findings of the study can also be used for writing qualification and scientific papers.

The thesis consists of annotations in two languages, a list of published works of the author, a table of contents, introduction, three chapters, conclusions, and a list of used sources (the total number of positions is 237, 69 of which are in foreign languages). The total volume of the research is 300 pages, the work contains 32 tables and 7 charts.

The first chapter “**Theoretical basis of the study**” is devoted to the study and systematization of general information about the origin, formation, current state and object of onomastic research, the features of the zoonymic subfield as a separate sector of onomastic space have been highlighted, the general characteristics of hipponyms have been outlined as well as their place in the system of proper names .

The novelty of the studied onymic category has necessitated the clarification of the basic terms relevant to the operation in this area of scientific research. It was suggested that the term «hipponym» be used to refer to the proper names of horses. The term «hipponymy» is traditionally used to refer to the section on onomastics that studies the functioning of proper names of horses. Such component of hipponymy as “hipponymicon” was identified, covering the totality of all proper names of horses, which are named individually.

The second chapter “**Structural and functional-semantic features of hipponyms**” includes structural, word-forming, motivational and functional classification of hipponyms.

In the course of the research the following structural types of hipponyms were distinguished: simple, which are divided into non-affixational, affixational and contracted; complex, which are divided into proper composites, affixational composites and complex abbreviations; compound, which are divided into word combinations, non-verbal phrases, verbal phrases, combined abbreviations, hipponymic shifts and reduplicated names. Among the official hipponyms, the most common structural types

are non-verbal phrases (69.6%) and verbal phrases (10.4%), which can be explained by the increased need for occasional word formation. Among the informal hipponyms, the dominant position is occupied by simple hipponyms – affixational (40,6%), non-affixational (37%) and contracted (10,6%), which can be explained by the tendency in the folk naming to create a short name, easy to pronounce and remember.

It has been stated that the system of formation of hipponyms is multifaceted and is represented by almost all possible ways of word-building, common in modern English. The study found that the most productive lexico-semantic way of enriching the English-language hipponymicon is the onimization of appellative names. The following word-building patterns of official and non-official hipponyms were singled out: affixation, compounding, shortening, blending and names with one root morpheme. The leading word-building pattern used for the formation of official hipponyms is compounding (88,9%). The most common word-building pattern used for the formation of non-official hipponyms is affixation (40,6%), the second place being held by names with one root morpheme (37%). Hipponyms form an open continuum, which is constantly updated by adding new nominative units.

Specific methods of word formation which become a means of onymic play are considered separately and include segmentation, which results in the violation of the usual combination of morphemes in the name, semantic pun or creation of a name on the principle of double semantics with wordplay, stylization, based on borrowing traditional models of proper names of different categories in formation of hipponyms, hybridization, based on the combination of multilingual components in one name, graphon, which is based on informal contractions or incorrect spelling of the components of the name, as well as anagram or chaotic rearrangement of the letters of the name, its inverse reproduction. Specific ways of word formation represent a new, non-traditional palette of word-forming models, give increased expression to the name, serve as a result of individual language creation.

Analysis of the motivational structure of the official hipponymicon allowed to establish that the dominant positions belong to the nominal (16.7%), patronymic (28.6%), memorial (11%) and locative motivation (7.6%), which means that, in addition to random

selection of the name without specific motive, the motivation of official hipponyms is based on the following set of facts: the connection of the horse with the ancestors, the territorial affiliation and family ties of the owner, the onymic filling of his memory. All the variety of motives in the field of non-official nomination is reduced to the prevalence of nominal, situational, memorial, associative and essential hipponyms. It was found that the nominative process of formal and informal spheres is characterized by the affinity of motives, although the motivation of official hipponyms is more spontaneous.

It was also found that official hipponyms can perform twelve functions: nominative, emotional expressive, appellate-communicative, suggestive, image-creating, characteristic, deictic, memorial, text-making, meta-linguistic, social and cultural-informative. Nominative, image-creating and cultural-informative functions are mandatory, while all others are optional and implemented in various combinations. Much less varied is the functional potential of informal hipponyms, which is reduced to the mandatory implementation in the names of nominative and vocative functions with the possible involvement of the connotative component in their semantic structure.

The third chapter “**Mental being of hipponyms**” is based on the study of proper names of horses as cognitive structures. It was proved that hipponyms, like any other proper names known to man, are stored in his mental lexicon, i.e. the repository of long-term memory, in the form of onymic concepts – sets of knowledge about the objects of nomination, which are designed to store, structure and transmit onymic information. Two processes accompany the entry of hipponyms into the mental lexicon: the process of conceptualization, i.e. the creation of a concept, and the process of categorization, i.e. the introduction of this concept into a certain frame. After such a transformation and recoding, hipponym-concepts form a hipponymic subframe as a component of a broader cognitive category – a zoonymic frame.

In order to determine what exactly represents a hipponym in the mental lexicon of native English speakers and to identify the semantic content of hipponyms-concepts, a free associative experiment was conducted, which consists in obtaining associative reactions of respondents, construction of associative fields of hipponymic stimuli and subsequent quantitative and qualitative interpretation of the results.

The free associative experiment was accompanied by additional discussions with respondents about their association strategies in order to preserve the objectivity, accuracy and reliability of the scientific interpretation of the results. The analysis of the questionnaires revealed the following specific association strategies: 1) prolonged descriptive and expositional associations, built as a whole statement; 2) focus on the connotative properties of stimuli that determine the specifics of the response; 3) associations with comments-reflections in parentheses; 4) selection of a single thematic line of association; 5) non-verbal reactions-pictograms; 6) providing the same response to all stimuli.

For all repetitive associates, the brightness index was calculated according to the formula of Yu. D. Apresyan, which allowed to distinguish more and less bright, nuclear and peripheral reactions, to establish the share of each reaction in the general structure of the associative field, the degree of associative connection with the stimulus.

In the course of the study, three types of hipponyms were singled out: real official, which embrace proper names of prominent horses-personalities of the real world; real informal, which embrace the most popular in the countries of the Anglosphere every day, colloquial horse names; virtual, which embrace the names of well-known horses-characters of literary works and movies.

Nine types of associative reactions have also been identified: 1) hyperonymic reactions, which represent an attempt to establish the class of denotation to which the onym-stimulus belongs; 2) synonymic reactions, that is, descriptions, periphrases or synonyms to the onym-stimulus; 3) qualitative reactions, which indicate the properties and characteristics of the stimulus word; 4) meronymic reactions, which denote a part or a whole in relation to the stimulus word; 5) causative reactions, formed by causal association; 6) contiguous reactions, which imply metaphorical or metonymical perception of a stimulus word; 7) symbolic reactions, which are established conceptual structures of a different than the content of the stimulus conceptual sphere; 8) phonetic reactions, which are based on sound similarity with a stimulus word or other types of wordplay; 9) individual reactions, that cannot be interpreted without additional explanations of the respondent, since the associative connection with the stimulus is not

transparent and is generated by the individual's personal experience, incomprehensible to the researcher.

It was found that three types of reactions are dominant for hipponymic stimuli: synonymic (33.4%), hyperonymic (32.8%) and qualitative (15.8%). The prevalence of hyperonymic association correlates with the general trend, but the predominance of synonymic and qualitative associations is a specific feature of the perception of hipponyms by native English speakers – hipponymic stimuli rich in synonyms, descriptions and paraphrases that clearly reflect the personal meanings and experiences of respondents.

The singling out of nuclear reactions revealed that the real hipponyms *Secretariat*, *War Admiral*, *California Chrome*, *Man O 'War*, *Seabiscuit* and *Hoof Hearted*, as well as the virtual hipponyms *Flicka*, *Black Beauty*, *Ginger* and *Spirit* are present as separate concepts in the mental lexicons of English speakers at the common-language level. They form the center of the common-language hipponymic subframe as opposed to its periphery (*Cincinnati*, *Ravel*, *Charisma*, *Nelson*; *Shadowfax*, *Joey*, *Bree*). It is established that the structure of the associative field of informal hipponymic stimuli is extremely inhomogeneous. They are characterized by polydenotation and have considerable potential and diversity in the nomination of animals.

**Key words:** onomastics, hipponym, structural types of hipponyms, word formation method, motivation, functions, mental lexicon, onymic concept, free associative experiment, associative reaction, associative field.