

the wide range of imaginative transformations as well as close interaction with other lingual and extra-lingual factors. The result of the study indicates the frequency dynamics of the toponyms and the appellatives. Scope amplitude depends on lingual and extra-lingual factors. Signs are bright, significant and active indicators of the specific nature of the author's writing, the lexemes reveal the subject and the author's conception.

Key words: *toponym, appellative nominations, space lexical paradigm, artistic space, artistic chronotope.*

УДК 811.111'373.2

ПОЛЯНИЧКО Олеся Дмитрівна

*аспірант кафедри граматики англійської мови
Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, Одеса, 65058, Україна;
тел. +380677860843; e-mail: kella89@rambler.ru;
ORCID ID: 0000–0001–6262–241X*

СЕМАНТИЧНІ ГЕШТАЛЬТИ АСОЦІАТИВНОГО ОНІМІЧНОГО ПОЛЯ КОСМОПОЕТОНІМІВ

Анотація. У статті проаналізовано семантичні гешталти асоціативного поля англійськомовних космопоетонімів. **Метою** дослідження є формування й аналіз особливостей асоціативного поля космопоетонімів із встановленням семантичних гешталтів їх онімичного асоціативного поля (СГАОП). **Об'єктом** дослідження було обрано англійськомовні космопоетоніми, тобто власні назви на позначення природних космічних об'єктів, які було вжито в англійськомовній науково-фантастичній прозі, **предметом** — семантичні гешталти їх асоціативного онімичного поля. **Матеріалом** дослідження послуговували результати проведення вільного асоціативного експерименту. Загальна кількість реакцій складає 548 одиниць. Кількість відмов від реакції становить 52 одиниці. Для проведення вільного асоціативного експерименту було обрано 10 стимулів-космопоетонімів різного масштабу (планетопоетоніми, астропоетоніми, констелопоетоніми, галактикопоетоніми) та різного ступеня екзотичності (екзотичні, оказіональні, узуальні) для забезпечення репрезентативності вибірки. Під час проведення експерименту було зібрано результати опитування 50 інформантів, для яких рідною мовою є англійська. Всі інформанти були викладачами, студентами та технічними співробітниками-

ми університету *Southbank*, який знаходиться в Лондоні, час проведення — 2013 рік. **Висновки:** в структурі асоціативного поля космопоетонімів, які послуговувати стимулами для проведення вільного асоціативного експерименту, виокремлюються переважно два домінувальні гештальти, які й формують асоціативне гештальтне ядро запропонованого для реагування пропріатива.

Ключові слова: космопоетонім, асоціативне поле, реакція, стимул, семантичний гештальт.

Невпинно зростає наукове зацікавлення когнітивною природою власних назв, зокрема, в межах Одеської ономастичної школи ціла низка ономатологів вивчає ментальне буття онімів різних фреймів, в тому числі хрононімів, хрематонімів, зоонімів, ергонімів [3; 5; 8; 2; 1]. Цікавим видається спрямування сучасних когнітивних розвідок у царину поетонімології, що було здійснено в дослідженні В. В. Серебрякової [7] на матеріалі прози жанру фентезі. Проте, науково-фантастична проза, в тому числі й англомовна, поки що залишається за межами ономастичних досліджень, що й робить дану розвідку **актуальною**.

Тож **метою** цього дослідження є формування й аналіз особливостей асоціативного поля космопоетонімів із встановленням семантичних гештальтів їх онімичного асоціативного поля (СГАОП). **Об'єктом** дослідження було обрано англомовні космопоетоніми, тобто власні назви на позначення природних космічних об'єктів, які було вжито в англомовній науково-фантастичній прозі, **предметом** — семантичні гештальти їх асоціативного онімичного поля.

Матеріалом дослідження послуговували результати проведення вільного асоціативного експерименту. Загальна кількість реакцій складає 548 одиниць. Кількість відмов від реакції становить 52 одиниці. Для проведення вільного асоціативного експерименту було обрано 10 стимулів-космопоетонімів різного масштабу (планетопоетоніми, астропоетоніми, констеллопоетоніми, галактикопоетоніми) та різного ступеня екзотичності (екзотичні, оказіональні, узуальні) для забезпечення репрезентативності вибірки. Під час проведення експерименту було зібрано результати опитування 50 інформантів, для яких рідною мовою є англійська. Всі інформанти були викладачами, студентами та технічними співробітниками університету *Southbank*, який знаходиться в Лондоні, час проведення — 2013 рік. Вікові межі обіймають реципієнтів 18–59 років, гендерна представленість є збалансованою.

Освітній рівень інформантів є різним — середня, неповна вища та вища освіта, що сприяє генералізації отриманих результатів та побудованих на їх основі висновків.

Доцільним вважаємо передусім коментування досить великої кількості відмов від реакції — 8.66 %. Кількість відмов у різних експериментах є різною, що залежить від багатьох чинників — як соціолінгвістичних, так і психологічних. До останніх належить психологічних стан опитуваних — особистий, а також пов'язаний з участю в експерименті та ставленням до експериментатора. До перших належать стать, вік, освітній рівень, місце мешкання, соціальний статус та под. [4, с.197]. Зазвичай, в отриманих результатах асоціативних експериментів кількість відмов може коливатися від 1.12 до 43.45 %, що можна пояснити ступенем сформованості асоціативно-вербальних зв'язків стимулу в інформанта [6, с.17].

Відмови було висловлено в різній формі: пропуском рядка, рискою, знаком питання, а також такими вербальними засобами: *don't know, no idea, no idea?, hmm, never heard before, lol*. Всі ці висловлення вважаємо відмовами від надання реакції, або нульовими реакціями, тому що вони не містять асоціат, а маніфестують виключно власну неознайомленість з денотатом чи його назвою, а також дещо саркастичне суб'єктивне ставлення до пропонованих стимулів.

Найбільше відмов отримали стимули найвищого ступеня екзотичності на кшталт *Eris* чи *UDFj-564*, що є цілком прогнозованим: затемнена внутрішня форма, незвичність експонента, необізнаність з референтом трігерували у реципієнтів нездатність породження асоціативного зв'язку та його вербалізації як асоціата. Слід зазначити, що між двома цитованими назвами є суттєва відмінність у формі, але одночасно вони реально існують: перша з них є власною назвою реальної планети-карлика Сонячної системи *136199 Eris*, тобто планетопоетонім збігається з планетонімом, а друга є галактикопоетонімом, який лише частково збігається з номінуванням галактики *UDFj-39546284*, найвіддаленішої від нашого всесвіту та такої, яку бачить телескоп Хаббл [9]. Таким чином, статус екзотичних отримали реальні чи наближені до реальних космічні об'єкти.

Серед аналізованих стимулів є два галактикопоетоніми — *the Milky Way* та *UDFj-564*. У структурі асоціативного поля першого з них можливо виокремити такі семантичні гешталти:

КОСМОС 60 %

*stars 9, planets 8, galaxy 8, astronomy 2, space 2, outer space, dream walk
full of stars*

ШОКОЛАД 40 %

chocolate 10, bar 7, chocolate bar 2

Унаочнимо долю цих СГАОП у структурі асоціативного поля аналізованого стимулу, причому слід взяти до уваги два фактори: по-перше, даний космопоетонім під час опитування не отримав жодної відмови, що зумовлено його широкою знаністю, бо в цій галактиці знаходиться Сонячна система, в якій ми живемо; по-друге, всі до єдиної реакції увійшли до двох провідних гештальтів — КОСМОС та ШОКОЛАД.

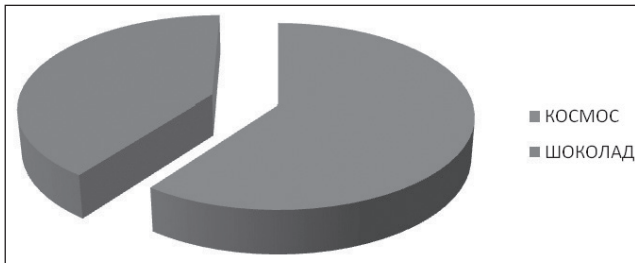


Рис. 1. СГАОП стимулу *the Milky Way*

Саме широка знаність цих двох денотатів — галактики та торгової марки солодоців — призвела до виокремлення двох потужних гештальтів.

Другий галактикопоетонім *UDFj-564* сформував такі провідні семантичні гештальти асоціативного поля:

ЗАКODOBANA ІНФОРМАЦІЯ 24 %

code 5, bar code, model, password 3, code password, computer

КОСМОС 6 %

a star astronomy, space life elsewhere, satellite

БЕЗЗМІСТОВНЕ ПОВІДОМЛЕННЯ 6 %

letters 2, random

Перші два гештальти зазвичай складають асоціативне ядро, але тут стикаємося з такою ситуацією, коли на тлі багатьох нульових реакцій виникли другий та третій гештальти з рівними кількісними показчи-

ками, через що всі три гешталти маємо включити до ядра, структуру якого можна унаочнити в наступній діаграмі:

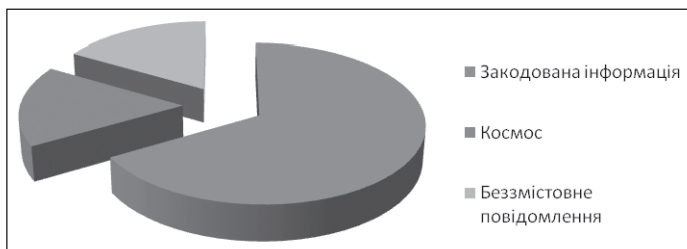


Рис. 2. СГАОП стимулу *UDFj-564*

До списку стимулів для нашого асоціативного експерименту було включено два констелопоедоніми: *the Great Bear* та *Centaurus*. Обидва є узуальними, асоціативне поле першого з яких обіймає наступні семантичні гешталти:

ВЕДМІДЬ 41 %

bear 6, big bear 3, big 2, polar 2, scary, forest, teddy bear, broad, cuddly, brave, fur, fairy tale

КОСМОС 32 %

constellation 5, stars 4, space 4, massive star, star figure, Milky Way

Унаочнити подану інформацію можемо в наступній діаграмі:

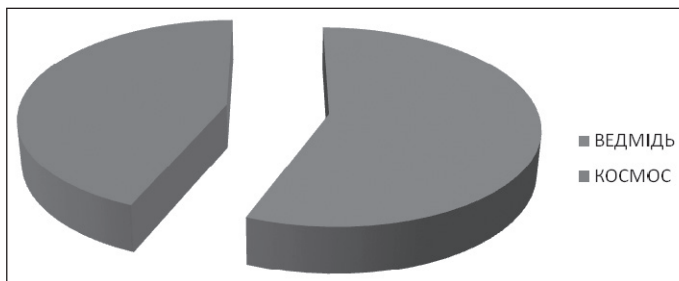


Рис. 3. СГАОП стимулу *the Great Bear*

Як бачимо з отриманих результатів, в асоціативному полі цього констелопоедоніма виокремлюється лише два гешталти, перший з

яких пов'язаний з етимолоном, другий — з доменною сферою аналізованого пропріатива. Слід додати, що кількість відмов надати реакцію на цей стимул була дуже низька, лише 4 випадки, що можемо пояснити поширеністю знань про цей космонім серед носіїв англійської мови.

Стимул-констеллопоетонім *Centaurus* за результатами нашого експерименту сформував три асоціативні гештальти, а саме:

СОТНЯ 20 %

100 5, hundred 4, one hundred

КЕНТАВР 12 %

Greek mythology, horse god, horse, animal, horns, Harry Potter

КОСМОС 10 %

constellation 2, Alpha Centauri, stars, space

Космічне спрямування виявив лише третій гештальт, який до ядра СГАОП не входить. Два перші пов'язані з народною етимологією стимулу та з міфічною істотою, яка сприймається як персонаж давньогрецького пантеону, як тварина, або як персонаж художнього твору Дж.Роулінг. Таким чином, асоціативне гештальтне ядро зазначеного стимулу обіймає перші два гештальти, що можемо унаочнити в наступній діаграмі:

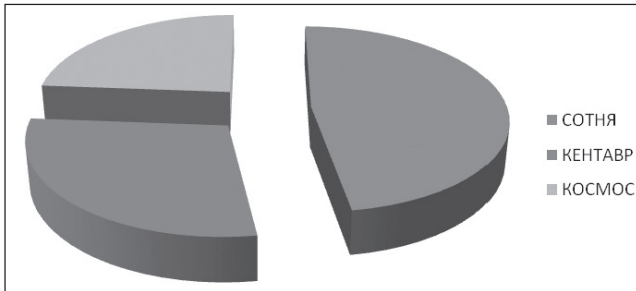


Рис. 4. СГАОП стимулу *Centaurus*

За результатами вільного асоціативного експерименту було проаналізовано один астропоетонім *the Sun*, наслідком чого послугувало формування асоціативного гештальтного ядра:

КОСМОС 50 %

bright 12, planet 5, hot 3, big yellow hot, summer, solar energy, sky, Moon

ГАЗЕТА 28 %

paper 8, newspaper 5, the newspaper

Унаочнити розподіл провідних гештальтів в структурі асоціативного поля даного стимулу можемо наступним чином:

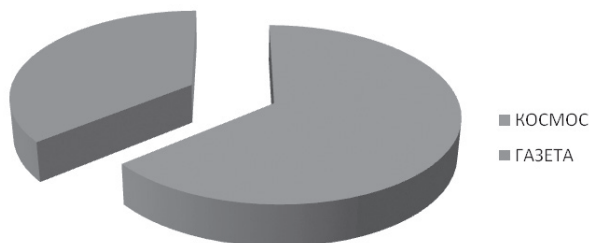


Рис. 5. СГАОП стимулу *the Sun*

Цілком зрозумілим є виявлення першого гештальту в структурі асоціативного поля даного стимулу. Другий асоціативний гештальт зумовлений тим, що однією з найпопулярніших газет Великобританії є *The Sun*, тому 28 % реакцій базуються саме на такій асоціації, як виявилось, типовій для англомовних респондентів.

Також до списку стимулів для проведення цього експерименту увійшли п'ять планетопоетонімів, два з яких буде проаналізовано у цій розвідці — *Mars* та *Eroticon 6*, тобто узуальний та екзотичний пропріативи.

Перший стимул *Mars* в ядерній зоні свого асоціативного поля має два гештальти, які увібрали всі запропоновані реакції крім двох відмов: КОСМОС 64 %

planet 15, galaxy 8, red 5, universe 2, fierce, place vast red sort

СОЛОДОШІ 32 %

chocolate 5, bar 5, chocolate bar 3, Mars bar, chocolate bar shaped like a planet, candy

Перший асоціативний гештальт був сформований завдяки тому, що власна назва четвертої планети нашої Сонячної системи, яка послуговувала стимулом, є широко знаною носіям англійської мови, а другий зумовлено популярністю однойменного шоколадного батончика, який виробляє з 1932 року американська компанія з такою ж назвою.

Унаочнити розподіл провідних гештальтів в структурі асоціативного поля даного стимулу можемо наступним чином:

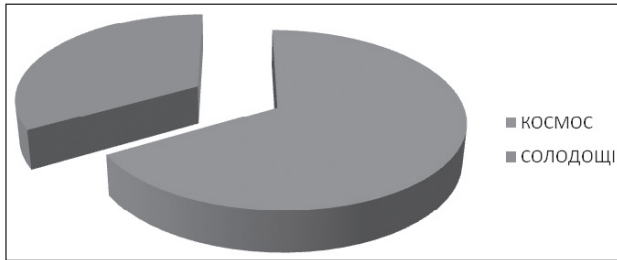


Рис. 6. СГАОП стимулу Mars

Другий планетопоеетонімний стимул *Eroticon 6* виявив у структурі свого асоціативного поля такий єдиний гештальт:

СЕКСУАЛЬНІСТЬ 78 %

Sex 8, playboy 4, girls 3, Playboy models 2, bunny, pretty girls, erotic, sexy, sexual, hot, playboyish, desirable, magazine, publishing, play, game, sex appeal, pole dance, strip tease show, Eros, Venus, my man, make love not war, drugs and rock'n'roll, nu photos

Прозора внутрішня форма аналізованого стимулу та його відповідна потужна сугестогенність викликали семантично зумовлені реакції з асоціативного поля **СЕКСУАЛЬНІСТЬ**, **ЕРОТИЧНІСТЬ**, через що асоціативне ядро складається лише з одного гештальта, що можемо унаочнити в наступній діаграмі (див. рис. 7).

Таким чином, можемо висновувати, що в структурі асоціативного поля космопоеетонімів, які послуговували стимулами для проведення вільного асоціативного експерименту, виокремлюються переважно два домінуючі гештальти, які й формують асоціативне гештальтне ядро запропонованого для реагування пропріатива. З семи досліджених у даній розвідці космопоеетонімів один має асоціативне гештальтне ядро, яке складається з трьох гештальтів: UDFj-564: **ЗАКODOVANA ІНФОРМАЦІЯ 24 %**, **КОСМОС 6 %** та **БЕЗЗМІСТОВНЕ ПОВІДОМЛЕННЯ 6 %**; п'ять, з яких по два домінуючі гештальти в асоціативному ядрі: *the Milky Way*: **КОСМОС 60 %** та **ШОКОЛАД 40 %**; *the Great Bear*: **ВЕДМІДЬ 41 %** та **КОСМОС 32 %**; *Centaurus*: **СОТНЯ 20 %** та **КЕНТАВР 12 %**; *the Sun*: **КОСМОС 50 %** та **ГАЗЕТА 28 %**;

Mars: КОСМОС 64 % та СОЛОДОШІ 32 %; один космопоетонім має асоціативне гештальтне ядро з єдиного компонента: *Eroticon 6*: СЕКСУАЛЬНІСТЬ 78 %. П'ять з аналізованих стимулів одним з провідних асоціативних гештальтів мають КОСМОС.

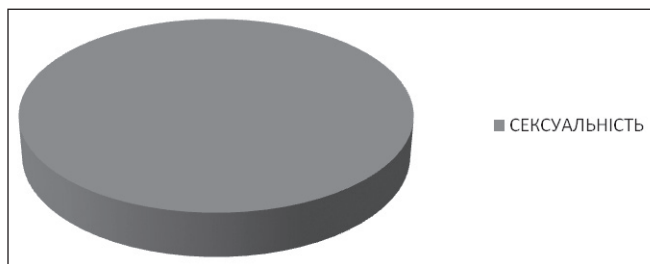


Рис. 7. СГАОП стимулу *Eroticon 6*

У подальших розвідках планується спрямувати наукові зусилля на встановлення словотвірного та мотиваційного потенціалу космопоетонімів англомовної науково-фантастичної прози з метою їх всебічного вивчення.

Література

1. Дідур Ю. І. Особливості функціонування ергонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі (в українській, англійській та російській мовах) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / Юлія Ігорівна Дідур. — Одеса, 2015. — 195 с.
2. Долбіна К. Д. Когнітивні аспекти функціонування зоонімних пропріальних одиниць : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / Каріна Давидівна Долбіна. — Одеса, 2014. — 181 с.
3. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика як напрямок пізнання власних назв : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.15 / Олена Юріївна Карпенко. — К., 2007. — 416 с.
4. Колбінева Т. Отказы от реагирования в Ассоциативном словаре школьников Саратова / Т. Колбінева // Язык. Сознание. Культура : сб. ст. / под ред. Н. В. Уфимцевой, Т. Н. Ушаковой. — М. ; Калуга, 2005. — С.193–197.
5. Неклесова В. Ю. Когнітивна природа власних назв на позначення часу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / Валерія Юріївна Неклесова. — Одеса, 2010. — 230 с.

6. Сдобнова А. П. Нулевые ассоциативные реакции как показатель степени освоенности слова / А. П. Сдобнова // Известия Саратов. ун-та. — Сер. Филология. Журналистика. — 2015. — Т. 15. Вып. 3. — С. 17–23.
7. Серебрякова В. В. Концептуалізація поетонімосфери циклу романів С. Мейер «Сутінки»: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Валерія Вадимівна Серебрякова. — Одеса, 2016. — 173 с.
8. Ткаченко Г. В. Англомовні хремотоніми як лінгвокогнітивні феномени картини світу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Ганна Володимирівна Ткаченко. — Одеса, 2012. — 236 с.
9. Space telescope science institute [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.stsci.edu/institute/conference/hst4/abstracts>

References

1. Didur, Yu. I. (2015), Features of ergonomics in speech, speech and mental lexicon (in Ukrainian, English and Russian) : Thesis, Odesa, 195 p.
2. Dolbin, K.D. (2014), Cognitive aspects of the functioning of zooming demarcation units : Thesis, Odesa, 181 p.
3. Karpenko, O. Yu. (2007), Cognitive onomastics as the direction of knowing their own names: Thesis, Kiev, 416 p.
4. Kolbinaeva, T. (2005), Refusals to respond in the Associative Dictionary of Saratov Schoolchildren : Language. Consciousness. Culture, Moscow, Kaluga, pp.193–197.
5. Neklesova, V. Yu. (2010), The cognitive nature of their own names in the designation of time: Thesis, Odesa, 230 p.
6. Sdobnov, A.P. (2015), Zero associative reactions as an indicator of the degree of mastery of the word : Izvestiya Sarat. un-ta, Vol. 15, Ch.3, pp. 17–23.
7. Serebryakov, V. V. (2016), Kontseptualizatsiya poetonimosferi cycle romaniv S. Meyer «Sutinki»: Thesis, Odesa, 178 p.
8. Tkachenko, G.V. (2012), English-language hormones as linguocognitive phenomena in the world picture : Thesis, Odesa, 236 p.
9. Space telescope science institute, available at: <http://www.stsci.edu/institute/conference/hst4/abstracts>

ПОЛЯНИЧКО Олеся Дмитриевна

аспирант кафедры грамматики английского языка
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова,
Французский бульвар, 24/26, Одесса, 65058, Украина;
тел. +380677860843; e-mail: kella89@rambler.ru;
ORCID ID: 0000–0001–6262–241X

Аннотация. В статье проанализированы семантические гештальты ассоциативного поля англоязычных космопоэтонимов. **Целью** исследования является формирование и анализ особенностей ассоциативного поля космопоэтонимов с установлением семантических гештальтов их онимного ассоциативного поля (СГАОП). **Объектом** исследования было выбрано англоязычные космопоэтонимы, то есть имена для обозначения природных космических объектов, которые были приняты в англоязычной научно-фантастической прозе, **предметом** — семантические гештальты их ассоциативного онимичного поля. **Материалом** исследования послужили результаты проведения свободного ассоциативного эксперимента. Общее количество реакций составляет 548 единиц. Количество отказов от реакции составляет 52 единицы. Для проведения свободного ассоциативного эксперимента были выбраны 10 стимулов-космопоэтонимов разного масштаба (планетопоэтонимы, астропоэтонимы, констеллопоэтонимы, галактикопоэтонимы) и разной степени экзотичности (экзотические, окказиональные, узуальные) для обеспечения репрезентативности выборки. Во время проведения эксперимента было собрано результаты опроса 50 информантов, для которых родным языком является английский. Все информанты были преподавателями, студентами и техническими сотрудниками университета Southbank, который находится в Лондоне, время проведения — 2013 год. **Выводы:** в структуре ассоциативного поля космопоэтонимов, которые послужили стимулами для проведения свободного ассоциативного эксперимента, выделяются преимущественно два доминирующие гештальты, которые и формируют ассоциативное гештальтное ядро предложенного для реагирования проприатива.

Ключевые слова: космопоэтоним, ассоциативное поле, реакция, стимул, семантический гештальт.

Olesia POLYANICHKO

postgraduate student of English Grammar Department
of Odessa I. I. Mechnikov National University;
24/26 Francuzskiy blvd., Odessa, 65058, Ukraine;
tel.: +380; e-mail: kella89@rambler.ru;
ORCID ID: 0000–0001–6262–241X

Summary. In this article semantic gestalts of associative field of English cosmopoetonyms are analyzed. **The purpose** of this article is to form and analyze peculiarities of associative field of cosmopoetonyms with semantic gestalts establishing of their onymic associative field. As the **object** of study English cosmopoetonyms were chosen, that is the names of natural cosmic space objects, which were accepted in English science fiction, as the **subject** — semantic gestalts of their associative onymic field. As the **research material** the results of a free onomastic associative experiment served. Total quantity of reactions makes up 548 units. The number of rejections is 52. 10 stimuli of cosmopoetonyms of different variety (planetopoetonyms, astropoetonyms, constelopoetonyms, galaktopoetonyms) and of varying degree of exotizm (exotic, occasional, usual) were chosen for free associative experiment. While the experiment results of questioning were picked up, in which 50 informants — English native speakers took part. All informants were lecturers, students and clerks of London Southbank University, carrying out time — July, 2013. **Summing up:** In the structure of associative field of cosmopoetonyms, that served as stimuli for carrying out free associative experiment, two dominant gestalts are singled out, that form an associative core for respondent's reaction.

Key words: cosmopoetonym, associative field, reaction, stimuli, semantic gestalt.