

## ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОНИМЫ В СОСТАВЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

О. В. Сухарева

*Воронежский государственный университет*

Поступила в редакцию 25 апреля 2012 г.

**Аннотация:** *статья посвящена исследованию фразеологизации художественных онимов как способа концептуальной деривации. Фразеологические единицы с базисным антропонимическим компонентом изучаются с позиций лингвокультурной концептологии как средство вербализации культурных концептов, а также на основании структурно-семантической классификации.*

**Ключевые слова:** *фразеологизация, фразеологическая единица, когнитивный процесс, концептуальная интеграция, художественный оним, этноконнотация, культурный концепт.*

**Abstract:** *the article deals with idiomatization as a form of conceptual derivation. Phraseological units containing English artistic names as basic components are analyzed from the perspective of linguocultural conceptology as means of verbalization of cultural concepts and on the grounds of structural-semantic classification.*

**Key words:** *idiomatization, phraseological unit, cognitive process, conceptual integration, artistic name, ethnoconnotation, cultural concept.*

Интерес к исследованию коннотированных имен собственных обусловлен актуальностью изучения способов вторичной репрезентации знаний в языке, а также рассмотрения языка как феномена культуры, отражающего когнитивное членение действительности и передающего доминанты национального сознания.

Национально-культурная специфика особенно ярко проявляется при исследовании коннотативного потенциала художественных онимов, определяемых нами как имена собственные, обозначающие персонажей произведений различных видов художественного творчества человека: литературы, кино, радиопередач, музыкальных произведений и т.д. [1, с. 101].

Художественные онимы могут быть представлены как существующими единицами ономастической системы, так и именами, созданными автором и выполняющими идентифицирующую функцию в смысловой структуре произведения. Данные номинативные единицы отражают национальные черты и социально значимые стереотипы, которые в процессе вторичной семиотизации являются дифференциальными признаками, мотивирующими ассоциативно-образное переосмысление значения онимов при порождении культурных коннотаций. Аллюзивность и тенденция к апеллятивизации литературных антропонимов отмечались Т. М. Наумовой [2].

Культурная коннотация определяется В. Н. Телия как интерпретация денотативного или образно-мотивированного, квазиденотативного, аспектов значения в категориях культуры, посредством соотнесения его

с культурно-национальными эталонами и стереотипами [3, с. 214]. Предложенное О. И. Быковой понятие этноконнотации как особого вида культурной коннотации, которая вызывает в сознании коммуниканта отнесенность языковой единицы к определенному культурному пространству, представляется наиболее релевантным для описания коннотативного репертуара языка [4, с. 40, 93].

В фокусе нашего исследования находится фразеологизация вторичных художественных онимов как один из способов концептуальной деривации. Актуальность лингвокогнитивной и лингвокультурологической направленности изучения фразеологических единиц (ФЕ) объясняется тем, что они являются «...наиболее адекватным языковым материалом, дающим непосредственный доступ к когнитивным структурам, лежащим в основе языковых структур, и самому механизму языковой категоризации» [5, с. 39]. Номинируя актуальные для человека фрагменты мира, фразеологизмы представляют культураносный компонент языка и входят в культурную память народа.

Особого внимания заслуживает исследование фразеологизации с точки зрения концептуальной интеграции (Ж. Фоконье, М. Тернер, Е. С. Кубрякова, О. К. Ирисханова, Л. В. Бабина и т.д.) как основного лингвокогнитивного механизма порождения новых интегрированных концептуальных структур. Фразеологическая единица обладает особым композиционным или интегративным значением [6, с. 444], которое является результатом взаимодействия ментальных пространств и свидетельствует о креативных способностях человеческого мышления.

Употребление художественных онимов, являющихся базисными компонентами образной составляющей фразеологических единиц, узואльно ограничено определенным фразеологическим контекстом, а основанием внутренней формы, мотивирующей значение фразеологизмов, является их соотносительность с определенной денотативной ситуацией. Мы разделяем мнение Н. Ф. Алефиренко о том, что в отличие от внутренней формы словесных знаков прямой номинации внутренняя форма знаков вторичной номинации значительно информативнее, так как проецирует свойства и признаки элементов денотативной ситуации, отношения между ними, преломляет и конкретизирует сфокусированные в ней субъективные смыслы [7, с. 62]. А. Н. Баранов и Д. О. Добровольский отмечают, что образная составляющая фразеологизмов зачастую образует «наиболее существенную часть плана содержания» по сравнению с их актуальным значением, определяет семантическую членимость идиомы, а также стилистические характеристики и дискурсивные параметры [8, с. 22–23].

Материалом исследования послужили 247 фразеологических единиц, содержащих англоязычные художественные онимы. В результате анализа было

выявлено, что некоторые художественные онимы отличаются особой продуктивностью с точки зрения репрезентации лингвокультурных концептов при фразеологизации. Так, **Frankenstein** входит в состав семи фразеологических единиц: **Frankenstein's monster** – создание, приводящее к гибели своего создателя; **frankenstein meal** – блюдо, состоящее из объедков; **frankenstein paper** – компилированное сочинение, собранное «по кусочкам»; **frankenstein product** – продукт, произведенный из различных переработанных материалов и т.д. **James Bond** является базовым компонентом шести фразеосочетаний: **Bond villain** – злодей, желающий захватить мир; **Bond girl** – привлекательная, соблазнительная девушка; **James Bond Shower** – контрастный душ и т.д.

Рассмотрение данных ФЕ с позиций лингвокультурной концептологии как способов актуализации культурных концептов позволяет выявить смысловые поля актуальных концептов и определить доминанты языкового сознания данной лингвокультурной общности. Результаты анализа фразеологизации этноконотированных художественных онимов, объективирующих концепты этнокультурного пространства, представлены в таблице.

Т а б л и ц а

*Количественная характеристика культурных концептов, вербализованных художественными онимидами как базисными компонентами фразеологизмов*

Смысловое поле группы концептов	Пример	Количество, %
1	2	3
Черты характера, манера поведения человека	<b>Jekyll and Hyde</b> (двойственная личность, сочетающая добро и зло), <b>the Artful Dodger</b> (прохвост, пройдоха), <b>Hamlet syndrome</b> (склонность к самоанализу, сомнениям)	30,5
Процесс	<b>To play ahab</b> (отправляться на долгие поиски), <b>to pull a Holden Caulfield</b> (отправляться в путешествие, не имея маршрута, бродить), <b>to pull a Batman</b> (внезапно исчезать)	27
Внешность человека, физическое состояние	<b>Tweedledum and Tweedledee</b> (двойники, очень похожие люди), <b>Fu Manchu moustache</b> (тонкие длинные усы), <b>Pickwickian syndrome</b> (ожирение)	15
Одежда	<b>Juliet cap</b> (чепчик, расшитый серебром и жемчугом), <b>Juliet sleeve</b> (пышный рукав), <b>Alice band</b> (ободок, головная повязка), <b>Peter Pan collar</b> (отложной воротник со скругленными концами), <b>Gatsby cap</b> (кепка с закругленными краями и пуговицей сверху)	7,5
Род занятий, профессия человека	<b>Man Friday</b> (верный слуга, правая рука), <b>Woman Friday/Girl Friday</b> (верная служанка, девушка или женщина, выполняющая различную работу в офисе), <b>the Admirable Crichton</b> (идеальный слуга)	6
Эмоциональное состояние человека	<b>as proud as Punch</b> (очень гордый), <b>as pleased as Punch</b> (очень довольный)	4
Народный обычай, ритуал, праздник	<b>Sadie Hawkins Day</b> (шутливый праздник «охотниц за мужчинами»), <b>Sadie Hawkins Dance</b> («белый танец»), <b>Gatsby party</b> (вечеринка, где все угощение предоставляется за счет хозяина)	3

1	2	3
Интеллектуальные способности человека	<b>Simple Simon</b> (простак, недалекий, глупый человек)	2
Пространство	<b>Davy Jones's locker</b> (морское дно)	2
Продукты питания	<b>Dagwood Sandwich</b> (большой многослойный бутерброд)	1
Цвет	<b>Alice blue</b> (бледно-голубой)	1
Транспорт	<b>Mickey mouse ears</b> (сигнальные огни полицейской машины)	1

На основании структурно-семантической классификации фразеологических единиц И. И. Чернышевой, которая по применяемым ею критериям может быть применима к фразеологизмам разных языков, нами были выделены следующие субклассы фразеологизмов, содержащих художественные онимы:

1. Фразеологические единства. Характеризуются семантической целостностью номинации и большей степенью спаянности компонентов, являются результатом метафорического или метонимического переосмысления всего словосочетания на основании переосмысления денотативной ситуации. Они составляют 37 % от корпуса исследования: **to go round Robin Hood's barn** – *ходить вокруг да около*; **to go to Davy Jones's locker** – *утонуть*; **to do a Reggie Perrin** – *инсценировать исчезновение или смерть, чтобы начать новую жизнь*; **a Linus blanket** – *успокаивающее средство, «утешитель», что-либо, вселяющее чувство безопасности* и т.д.

Субкласс фразеологических единств включает: 1) идиомы; 2) парные слова; 3) компаративные фразеологизмы. Для иллюстрации каждой из указанных групп рассмотрим следующие примеры функционирования художественных онимов в составе определенной группы фразеологических единств.

Художественный оним Fibber McGee, имя персонажа американской радиопрограммы, является базисным компонентом фразеологизма **Fibber McGee's closet**, означающего *беспорядок* [9, с. 174]. Всякий раз, когда герой открывал свой встроенный шкаф, оттуда с грохотом падало множество вещей. **Man Friday** – персонаж произведения Д. Дефо «Robinson Crusoe», дикарь, который становится другом и помощником Робинзона. Во вторичной номинации данный художественный оним реализует коннотативные семемы: 1) *компетентный помощник, ассистент, «правая рука»* и 2) *верный преданный слуга* [10, с. 229].

В бинарной структуре парных слов художественные онимы в результате действия механизма концептуальной интеграции порождают культуроносные смыслы: **Beavis and Butthead** – *грубые и невоспитанные подростки*; **Romeo and Juliet** – *влюбленные*; **Montagues and Capulets** – *враги*; **Jekyll and Hyde** –

*двойственная личность*; **Tweedledum and Tweedledee** – *похожие друг на друга люди*; **Darby and Joan** – *неразлучная супружеская пара*. Так, парное слово **Batman and Robin** во вторичной номинации репрезентировано двумя коннотативными семемами: 1) *heroes, two people who battle against evil* [10, с. 37], *герои, люди, сражающиеся со злом* и 2) *two people who work together as partners* [там же], *партнеры, коллеги*.

В компаративных фразеологизмах в результате взаимодействия двух когнитивных пространств: основания для сравнения (*tertium comparationis*) и объекта сравнения (*comparandum*) – актуализируется культурно значимая специфика: **to grin like a Cheshire cat** – *широко улыбаться*; **as mad as a March Hare** – *сумасшедший*; **as proud as Punch** – *очень гордый* и т.д. Фразеологизм **to grow like Topsy** в переносном значении – *to grow rapidly and out of control* [10, с. 362], *быстро, незаметно вырасти*. В первичной номинации Topsy – темнокожая девочка, персонаж романа Г. Б. Стоу «Хижина дяди Тома», которая не знала своих родителей и говорила всем, что она «просто выросла».

2. Фразеологические сочетания. Характеризуются переосмыслением одного из компонентов и составляют 56 % от исследованного корпуса. При этом художественный оним как базисный компонент обнаруживает вариативность сочетания с различными компонентами. Так, фразеологические единицы **Big Brother state** (центральная власть) и **Big Brother attitude** (отеческая забота) восходят к художественному ониму Big Brother, имени авторитарного главы государства в романе Дж. Оруэлла «1984». Фразеосочетания **Batman neck**, **Batman head** и **Batman syndrome** означают *неспособность повернуть голову, скованность мышц шеи*. В состав данных ФЕ входит художественный оним Batman, в первичной номинации герой американских комиксов.

3. Фразеологические выражения. Составляют 7 % от всего корпуса исследования, представляют собой предикативные сочетания слов и предложения и имеют постоянный синтаксический состав и значение: 1) пословицы и поговорки: **every Jack has his Jill** – *всякая невеста для своего жениха родится*; 2) устойчивые фразеологизмы междометного харак-

тера и модальные выражения: **'Good thinking, Batman'** – *Блестящая идея!* (одобрение); **What will Mrs Grundy say?** – *Что скажут люди?* (сомнение); **Big Brother is watching you!** – *Большой Брат следит за тобой!* (предупреждение об угрозе); 3) крылатые слова. Так, **«Uncle Tom Cobbleigh and all»** – строка из припева традиционной британской песни «Widicombe Fair», в которой перечисляется большое количество людей, идущих на ярмарку. Во вторичной номинации данная ФЕ означает a list containing a very large number of people [10, с. 86], *список, содержащий большое количество людей.*

Таким образом, фразеологизация художественных онимов выступает продуктивным способом репрезентации культурных концептов. Наиболее многочисленным субклассом фразеологических единиц с художественными онимами как базисными компонентами с точки зрения семантико-структурной классификации являются фразеологические сочетания. Англоязычные художественные онимы в составе фразеосочетаний обнаруживают вариативность при номинации различных фрагментов лингвокультурного пространства. В целом нами была выявлена тенденция к актуализации концептов следующих смысловых полей: «черты характера, манера поведения человека», «процесс» и «внешность человека», отражающих специфику бытования человека в определенной лингвокультуре.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Сухарева О. В.* Концептуальная деривация англоязычных художественных онимов / *О. В. Сухарева* //

*Воронежский государственный университет*

*Сухарева О. В., преподаватель кафедры английского языка в профессиональной международной деятельности*

*E-mail: sukhareva-ov@yandex.ru*

*Тел.: 8-910-345-77-30*

*Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, 2011. – № 1. – С. 100–105.*

2. *Наумова Т. М.* Аллюзивные антропонимы в британской концептосфере : автореф. дис. ... канд. филол. наук / *Т. М. Наумова.* – Нижний Новгород, 2011. – 24 с.

3. *Телия В. Н.* Русская фразеология : семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты / *В. Н. Телия.* – М. : Языки русской культуры, 1996. – 284 с.

4. *Быкова О. И.* Этноконнотация как вид культурной коннотации (на материале номинативных единиц немецкого языка) / *О. И. Быкова.* – Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2005. – 277 с.

5. *Кононова И. В.* О структуре и языковой репрезентации британского этического концепта самообладание / *И. В. Кононова* // *Вопросы когнитивной лингвистики.* – 2009. – № 2. – С. 36–46.

6. *Кубрякова Е. С.* Язык и знание : на пути получения знаний о языке : части речи с когнитивной точки зрения : роль языка в познании мира / *Е. С. Кубрякова.* – М. : Языки славян. культуры, 2004. – 555 с.

7. *Алефиренко Н. Ф.* Поэтическая энергия слова. Синергетика языка, сознания и культуры / *Н. Ф. Алефиренко.* – М. : Академия, 2002. – 394 с.

8. *Баранов А. Н.* Принципы семантического описания фразеологии / *А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский* // *Вопросы языкознания.* – 2009. – № 6. – С. 21–34.

9. *Томахин Г. Д.* США. Лингвострановедческий словарь / *Г. Д. Томахин.* – М. : Рус. яз., 2001. – 567 с.

10. *Delahunty A.* Adonis to Zorro : the Oxford Dictionary of Reference and Allusion / *A. Delahunty, S. Dignan.* – New York : Oxford University Press, 2010. – 409 p.

*Voronezh State University*

*Sukhareva O. V., Lecturer of the Department of English for International Relations*

*E-mail: sukhareva-ov@yandex.ru*

*Tel.: 8-910-345-77-30*