

Ісмаїлова Е. А.,

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ АЛЮЗИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНИХ АНТРОПОНІМІВ

У статті виявлено закономірності ускладнення структури концепту, вербалізованого власним ім'ям, у результаті його алюзивного функціонування.

Ключові слова: алюзивний антропонім, концепт, фрейм

В статье выявлены закономерности усложнения структуры концепта, вербализованного именем собственным, в результате его алюзивного функционирования.

Ключевые слова: алюзивный антропоним, концепт, фрейм

The article deals with the patterns of complication of the concept structure verbalized by a proper name as a result of its allusive functioning.

Key words: allusive anthroponym, concept, frame.

В сучасному мовознавстві значна увага приділяється дослідженням когнітивних аспектів мовних явищ. Основним об'єктом лінгвістичного аналізу стала мовна свідомість носіїв мови, а їхньою кінцевою метою – виявлення та опис глибинних структур цієї свідомості. Поява цього напрямку була пов'язана з розумінням і вивченням мови як засобу формування та вираження думки, зберігання та організації знань в людській свідомості, обміну знаннями [3].

Саме питання про те, в якому вигляді репрезентуються знання в ментальному лексиконі, є одним з ключових питань когнітивного напрямку лінгвістики. На цій підставі ми вважаємо доречним використання лінгвокогнітивного підходу, який надає можливість всебічно розглянути та проаналізувати у нашому дослідженні алюзивне функціонування онімів в публіцистичному тексті. Висловлене вище зумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Об'єктом дослідження є алюзивні антропоніми в англійському публіцистичному тексті, **предметом** є лінгвокогнітивний аспект функціонування антропонімів з алюзивним значенням.

Метою дослідження є визначення лінгвокогнітивних особливостей алюзивного функціонування англійських антропонімів.

Мета передбачає розв'язання наступних **завдань**:

- встановити та структурувати концептуальну ділянку досвіду, на фоні якої висвітлюється значення слова;
- визначити можливості та роль алюзивного антропоніма в об'єктивації концептуальної інформації;
- розробити фреймову модель концепту *Дональд Трамп*, виявленого у межах публіцистичного тексту.

Одиницею знання, по відношенню до якого визначається когнітивна здатність людини, є концепт. Концепт включає в себе не тільки теоретичне знання, але й повсякденне знання. Серед звичайних способів створення концептів виділяють вербальне і невербальне спілкування, чуттєвий досвід, предметно-практичну діяльність, розумову, експериментально-пізнавальну та наукову діяльність [9]. Таким чином, за допомогою мови активізуються наші уявлення та знання про світ [3].

Будучи одиницею когнітивного рівня, концепт об'єктивує лише частину свого смислового потенціалу в конкретному слові. Н. Певна та Ж. Вардзелашвили відмічають, що концепт не є словом-примітивом, він є відміченим культурною пам'яттю поняттям, яке формує орієнтири буття мовця [4].

У тому випадку, якщо концепт представлений власною назвою, виникає питання про можливість кваліфікування його як концепт, оскільки прийнято вважати, що концепт мотивується поняттям і в основі його семантичної структури лежить саме понятійне ядро.

У даній статті об'єктом дослідження є не просто власні назви, а алюзивні антропоніми. Здатність антропонімів виступати в якості інтертекстуальних алюзій дає підставу стверджувати, що власні назви дійсно мають лексичне значення. Антропоніми доволі часто беруть на себе роль алюзій, що забезпечується наявністю у власних назв великої кількості ознак у порівнянні з загальними назвами [7, с. 70].

Як алюзивні антропоніми можуть виступати імена літературних персонажів, біблійних героїв, реальних людей, які зробили внесок в історію або культуру людства. Ім'я людини в такому випадку має не тільки ідентифікуюче значення, але й символічне. Якщо вимовити алюзивне ім'я, перед нашими очима промайне не обличчя людини, що його носить, а час, в якому вона жила, результат її діяльності тощо. Всі асоціації, пов'язані з іменем людини, чи це політичний діяч або людина мистецтва, входять у концепт імені даної персоналії та збагачують власне сприйняття цього імені. З цієї точки зору, власна назва виконує не тільки ідентифікуючу функцію, це “згорнутий” текст, представлений концептом. Передаючи певний концепт, власна назва активує й відповідний когнітивний контекст, або фрейм, при цьому “фреймом, або когнітивним контекстом – це моделі культурно-обумовленого, канонізованого знання, яке є загальним, принаймні, для частини спільноти” [2, с. 33].

Семантичний об'єм власної назви в публіцистичному дискурсі представляє собою фреймову структуру, що експлікує різноманітні ознаки об'єкта, що відображається, та пов'язані з ним асоціації у носіїв мови. У нашому дослідженні ми беремо за основу фреймову модель, яка має допомогти у визначенні лінгвокогнітивних особливостей алюзивного функціонування антропонімів в публіцистичному тексті.

Фрейм – це поняття, яке слугує для пояснення та опису принципів структуризації людиною оточуючого світу [8]. Таким чином, виявляється, що основним принципом вивчення всіх мовних явищ стає антропоцентризм, який ґрунтується на особливостях сприйняття, концептуалізації, категоризації оточуючої дійсності, а також інших пізнавальних процесів людини, яка говорить та мислить.

Фрейм, як поняття когнітивної структури, характеризується неоднозначністю дефініцій. Термін “фрейм” упродовжив М. Минський та визначив його як структуру даних, в якій відображені набуті в результаті попереднього досвіду знання про деяку стереотипну ситуацію та про текст, що описує цю ситуацію [10, с. 245]. На думку І. В. Івашкевич, фрейм – це особлива структура знань, яка складає необхідну попередню умову нашої здатності до розуміння пов’язаних між собою слів [6, с. 78]. Фрейм також визначається як ієрархічно організована система знань про позначуване, що відображає “максимально узагальнене схематизоване уявлення про концептуальну основу значення” [1, с. 83].

У нашому дослідженні, спираючись на концепції вищезгаданих авторів, ми трактуємо фрейм як ієрархічно організовану структуру знань, що являє собою мережу з терміналів і слотів і зв’язків між ними. Термінали містять дані, які завжди істинні в ситуації, що розглядається, слоти, у свою чергу, повинні бути заповнені конкретними даними.

Таким чином, фрейм є структурою вузлів та відносин. Фрейм-структура представлена терміналами, які є вершинними рівнями фрейму. Нижче цих вузлів розташовані слоти. Таким чином, фрейми мають внутрішню структуру, елементи якої представлені складною конфігурацією слотів.

Наявність у антропоніма *Дональд Трамп* асоціацій, образів, визначення його як сховища значень та співзначень, спільних для всієї мовної спільноти, дає нам підставу розглядати його як концепту. Фреймова модель надає змогу простежити діапазон флуктуації константних елементів концепту, що аналізується, в публіцистичному тексті.

Дональд Трамп є американським бізнесменом, відомою особистістю на телебаченні та радіо, письменником. Як кожний антропонім, ім’я *Дональд Трамп* має лексичне значення, до ядра якого входить національність і стать референта. Завдяки своїм вчинкам, роду діяльності, зовнішності тощо, будь-яка людина може стати відомою. Саме за умови відомості особи, завдяки її певним якостям у певних дискурсах, актуалізується не лише її денотат, тобто національність або стать, які є типовими для кожної людини, але й інші риси, характерні для цієї особистості. Відоме ім’я може функціонувати алюзивно, тобто адресант, використовуючи його (ім’я), посилається, натякає на певну рису носія імені. Алюзія є засобом функціонування антропонімів в тексті, мовленні.

Алюзія ґрунтується на переосмисленні виразів, слів, зокрема антропонімів, які в певному контексті набувають яскраве емоційно-стилістичне, оцінне забарвлення завдяки актуалізації певних смислових асоціацій. На думку Е. М. Дронової, ім’я є функціонально невизначеним, якщо воно використовується поза межами конкретного контексту, воно не має вираженого загального значення, яке відрізняється від одиничного значення вихідного антропоніма. Саме контекст та об’єм і зміст культурного тезауруса конкретної людини визначає декодування алюзивної інформації, яка міститься в даному імені [5].

Звертання до контекстуального втілення концепту продиктовано тим, що релевантний показник в тексті дозволяє виявити не тільки зафіксовані в словниках, але й концептуальні варіанти [4]. Реципієнт сприймає інформацію, та це є ключем для активації окремих ділянок фрейму концепту *Дональд Трамп*, до якого входять найбільш загальні та типові відомості, пов’язані з цією людиною. Ці відомості, що структуровано фреймовими відносинами, можна відобразити у вигляді схеми (див. рис. 1).

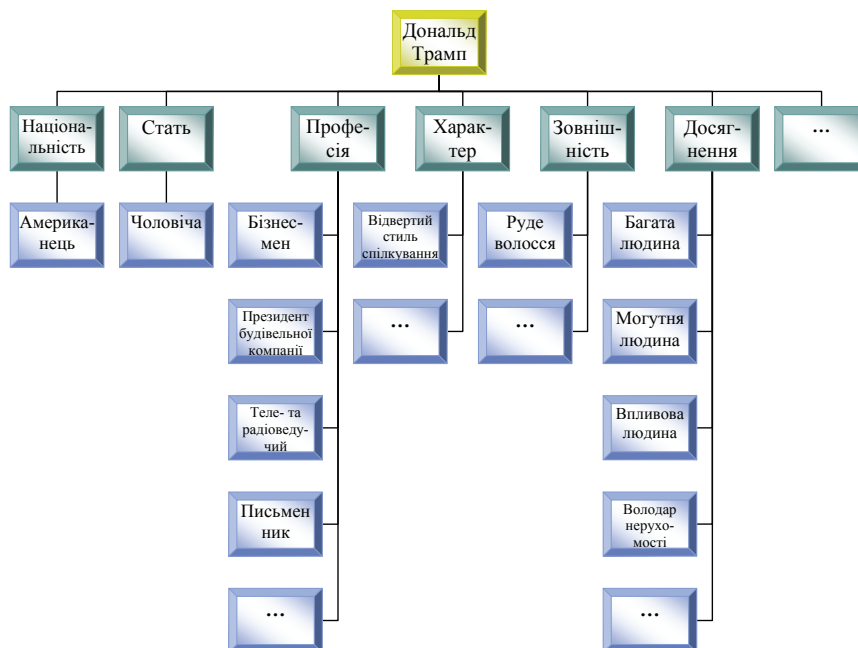


Рис. 1. Фреймова модель концепту “Дональд Трамп”

Даний фрейм, який від початку є певним чином структурованими ділянками, що є загальними для кожного антропоніма відповідного типу (термінали “національність”, “стать”), починає заповнюватися новою інформацією в процесі пізнання людини, тобто за слотами закріплюються певні значення, джерелом яких є сама людина та її життєдіяльність. Іншими словами, вже в момент первісного контакту реципієнта з концептом *Дональд Трамп*, в його свідомості активується фрейм, що відповідає даному типу оніма. Основними терміналами такого фрейму будуть: національність, стать, професія, характер, зовнішність та ін. У ці термінали в процесі пізнання людини буде вмещуватися інформація, представлена слотами, що у своїй сукупності буде складати нове або існуюче в свідомості реципієнта уявлення про дану людину.

Кожний фрейм, що уявляє з себе ієрархічну конфігурацію з фіксованою вершиною та слотами, що стоять нижче, має властивість до обмеження та фокусування уваги на будь-якій його частині. Актуалізацію слотів, що належать до концепту *Дональд Трамп*, можемо простежити у контексті публіцистичних текстів. Розглянемо наступний приклад:

They're the Donald Trumps of commie kitsch. (Philadelphia Inquirer, 2012, January 5).

У цьому випадку доволі складно зрозуміти, яка саме характерна риса мається на увазі, але якщо розглянути подальший контекст, одразу можна збагнути, що на перший план виводиться здатність керування будівництвом. У даному контексті актуалізується саме той елемент фреймової структури, який вказує на професію носія імені. Інакше кажучи, активізується слот “президент будівельної компанії” терміналу “професія”:

They're the Donald Trumps of commie kitsch. Everybody knows circus people are zany. So what do you expect when two former East German circus acrobats start a hotel? Zaniness. (Philadelphia Inquirer, 2012, January 5).

У певних контекстах актуалізація терміналу “професія” може здійснюватися також через слот “телеведучий”:

The overall winner of The Apprentice will work for the show's judge, Terry Serepissos, who Sims says he hand-picked to be the Donald Trump of the New Zealand show. (The New Zealand Herald, 2010, February 11).

Дональд Трамп є продюсером та ведучим успішного реаліті-шоу “Кандидат”. Террі Серепісос був обраний “Дональдом Трампом” новозеландського шоу, тобто ведучим ТВ-шоу.

Слот “володар великої кількості нерухомості” терміналу “досягнення” актуалізується у таких прикладах:

But meanwhile, Italy owns about 2 trillion worth of property, and it doesn't take a Donald Trump to put the two together. (Newsweek, 2002, December 8).

The thirtysomething, Brooklyn-born El-Gamal is motivated more by real estate ambition – one of these sources describes him as aspiring to be the next Donald Trump – than Islamic theology or ideology. (The Daily Beast, 2010, November 22).

Слот “багата та могутня людина” терміналу “досягнення” акцентується у наступних прикладах:

Should you go with an old friend or the new Trump? (Newsweek, 2004, September 19).

I have to admit that dollar signs flashed before my eyes. It would have been the easiest money I'd ever earned. A 500 per cent return? Just call me Donald Trump. But with better hair. (The New Zealand Herald, 2012, March 22).

В останньому прикладі є також посилання на характерні риси зовнішності, через актуалізацію слоту “руде волосся”.

Динамізм семантичної структури слова на мовленнєвому рівні дозволяє уточнювати зміст лексичної одиниці. Механізм такого уточнення виглядає як актуалізація в слові одних елементів смислу та нейтралізації інших.

Без знання контексту важко виокремити, яка саме інформація закладена в наступних алюзивних антропонімах:

In fact, Ice Cube, 36, is much more the young radical than rappers half his age, whose role models seem to be Frank Sinatra and Donald Trump. In fact, Cube (born O'Shea Jackson) has been fed up for years. He was a savagely angry (and wickedly witty) social commentator on N.W.A.'s late-'80s benchmarks "Straight Outta Compton" and "F--- Tha Police." He was no less angry on his solo albums in the '90s--even, on the harsh 1990 track "No Vaseline," with former N.W.A. colleagues he accused of selling out. (Newsweek, 2006, June 18).

Аналіз контексту допомагає встановити, що алюзивний антропонім актуалізує термінал “характер”, слот “відвертий стиль спілкування”. Зазначений слот актуалізується через алюзивне вживання трьох прізвищ відомих людей, які незважаючи на різні види діяльності мають спільну рису.

Наявність у антропоніма *Дональд Трамп* культурно-ціннісного та асоціативного компонентів значення свідчить про можливість вербалізації однойменного концепту. Контекстуальна співвіднесеність мовних одиниць є важливим засобом нейтралізації або, навпаки, актуалізації семантичних ознак алюзивних антропонімів.

Перспективним вбачаємо подальше дослідження лінгвокогнітивних особливостей функціонування алюзивних антропонімів у художньому тексті.

Література:

1. Беляевская Е. Г. Семантика слова. – М. : Высшая школа, 1987. – 126 с.
2. Болдырев Н. Н. Концепт и значение слова / Н.Н. Болдырев // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Научное издание под ред. И.А.Стернина. – Воронеж : Воронежский гос. ун-т, 2001. – С. 25-36.
3. Болдырев Н. Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики, 2004. – №1. – С. 18-36.
4. Вардзелашвили Ж. Концепт как языковой маркер гипертекстуальности (на материале концептосферы “сахар-сахарный”) / [Электронный ресурс] / Ж. Вардзелашвили, Н. Певная // Сборник материалов Всероссийской заочной научно-практической конференции “Гипертекст как объект лингвистического исследования”. – Самара, 2010. – Режим доступа : <http://vjanetta.narod.ru/marker.html>

5. Дронова Е. М. Семантические характеристики аллюзивных имен собственных / [Электронный ресурс] / Е. М. Дронова // Язык, коммуникация и социальная среда. Вып. 4. – Воронеж : ВГУ, 2006. – Режим доступа : http://lse2010.narod.ru/yazik_kommunikatsiya_i_sotsialnaya_sreda_vipusk_4/emdronova_semanticheskie_harakteristiki_allyuzivnih_imyon_sobstvennih/
6. Ивашкевич И. Н. Фрейм как структура представления знаний в когнитивном аспекте / И. Н. Ивашкевич // Вестник РУДН. Сер. Лингвистика. – М., 2011. – № 2. – С. 77-82.
7. Камовникова Н. Е. Антропонимы как интертекстуальные аллюзии в поэтическом тексте : дис... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Наталья Евгеньевна Камовникова. – СПб, 2000. – 200 с.
8. Кубрякова Е. С. Язык и мнение / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
9. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М, 1996. – 248 с.
10. Minsky M. L. The Society of Mind / M. L. Minsky. – N. Y., 1988. – 336 p.