

СЕМАНТИКА АНТРОПОНІМУ В АНГЛІЙСЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЇ У ВАРІАНТОЛОГІЧНОМУ АСПЕКТІ

Ковалюк Юрій Володимирович,

асп.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Концептуалізація світосприйняття у різних варіантах англійської мови опосередковується наявністю системи національно-маркованих знань, до яких належать і фразеологічні одиниці. Фразеологізми з іменами власними вербалізують концептосферу ЛЮДИНА, а саме – її основні риси і її ставлення до навколишньої дійсності, які можуть по-різному виявлятися в основних варіантах сучасної англійської мови.

Ключові слова: *англомовна картина світу, фразеологічна картина світу, концепт, фразеологізм, антропонім.*

Англомовна картина світу базується на специфічних образах, концептах, переконаннях і ідеях, які передаються за допомогою відповідних лінгвістичних засобів. Концептуалізація світосприйняття у різних варіантах англійської мови опосередковується наявністю системи національно-маркованих знань, до яких належать і фразеологічні одиниці.

Фразеологізми з іменами власними вербалізують концептосферу ЛЮДИНА, а саме – її основні риси і її ставлення до навколишньої дійсності, які можуть по-різному виявлятися в основних варіантах сучасної англійської мови. Семантика фразеологізму ґрунтується на дослідженні його ідіоматичності, образності, метафоризації, метонімізації, символічних характеристик тощо.

Семантичні особливості фразеологізмів із іменем власним у англійській мові вже були предметом розгляду науковців, про що свідчать дисертаційні дослідження Г.П. Манушкіної, Б.М. Ажнюка, З.Р. Загірової та З.В. Корзюкової. Однак, у вищезгаданих роботах варіантологічний аспект не брався до уваги.

Відповідно, актуальність теми дослідження визначається відсутністю комплексних наукових досліджень у галузі варіантної диференціації фразеології сучасної англійської мови. Досі не встановлені варіантні особливості англомовних картин світу (британської, американської, канадської та австралійської) на прикладі їх фразеологічних одиниць. Не визначеним також залишається питання спільного та відмінного у семантиці фразеологізмів різних національних варіантів англійської мови.

Мета статті полягає у вивченні механізмів семантики антропоніму у структурі фразеологізму. Для досягнення поставленої мети у статті використовувались метод компонентного аналізу, описовий метод і метод словникових дефініцій.

Мета статті передбачає виконання таких **завдань**:

- ✓ виявити універсальне і національно-специфічне у семантиці фразеологізмів із компонентом-антропонімом;
- ✓ охарактеризувати поняття "фразеологічна картина світу" та "концептуальна картина світу" та встановити їхній взаємозв'язок;
- ✓ розкрити зміст концептосфери ЛЮДИНА за допомогою виділення базових концептів, репрезентованих фразеологізмами із компонентами антропонімами у національних варіантах англійської мови.

Об'єктом дослідження є фразеологізми з іменем власним у сучасній англійській мові, представлені близько 850 одиницями.

Матеріалом наукового аналізу слугувала суцільна вибірка фразеологізмів із компонентом-онімом в сучасному австралійському, американському, британському та канадському національних варіантах англійської мови, виокремлених із 20 лексикографічних джерел (Англо-український фразеологічний словник, 2005; Англо-русский фразеологический словарь, 1967; Cambridge Dictionary of American Idioms, 2003; Cambridge Idioms Dictionary, 2006; Longman Idioms Dictionary, 1998; Oxford Dictionary of English Idioms, 2002; The American Heritage Dictionary of Idioms, 1997; The Australian Oxford Dictionary, 2004; The Canadian Oxford Dictionary, 2004 та ін.).

У фразеології відображається і фізична картина світу, і соціально-психологічні стани людини, а також її емоції, почуття, внутрішній світ. Це дає нам підстави стверджувати, що фразеологічна семантика є наскрізь антропоцентричною, оскільки саме людина є носієм ідеалів, ціннісних установок, системи знань. Дана система знань може бути як універсальною, так і національно-специфічною. В англійській картині світу універсальними є здебільшого фразеологізми, пов'язані з історією Великої Британії (*Robin Hood and his merry men*), культурою (*I'm all right, Jack*), британською літературою (*pleased as Punch*), а також із всесвітньою історією (*cross the Rubicon*), всесвітньою літературою (*a Roland for an Oliver*), міфологією (*Achille's heel*) та біблійними джерелами (*doubting Thomas*).

Стереотипи, звичаї, ментальність, як специфічні риси носіїв різних варіантів сучасної англійської мови, виявляються у фразеологізмах. Вони виступають одиницями вторинної номінації завдяки лінгвокреативному мисленню, що спеціалізується на категоризації відображених раніше вербалізованих концептів [Золотых 2008, 14]. Дані концепти становлять для відповідних картин світу національно-культурний досвід, акумульований продукт ціннісно-сислової діяльності етноспільноти [Золотых 2008, 14]. Порівняння фразеологізмів *Paddy wagon* (американський, канадський та австралійський варіанти) і *Black Maria* (британський варіант) показує, що вони вербалізують однакові концепти **ЗЛОЧИНЕЦЬ** і **ТЮРМА**. Повністю різний компонентний склад обумовлюється етнокультурними відмінностями лінгвоспільнот: в Америці антропонім *paddy* був зменшеною формою від ірландського імені *Patrick*, оскільки саме ірландці становили значну частку поліцейських на початку становлення більшості американських міст.

Паралельно у США виникла ідіома "*Black Maria*", яка стосувалась кінних перегонів у Гарлемі. Перегони виграв однойменний скаковий кінь. Пізніше даним іменем почали позначати тюремні арештантські карети, які швидко транспортували злочинців у тюрму. Незважаючи на американське походження, даний фразеологізм зберігся здебільшого у британському узусі.

Концепт **НАСМІШКА** репрезентується британським фразеологізмом *take mickey out of smb.* і відповідним австралійським – *make a joe of oneself*. Відмінності компонентного складу нівелюються однаковою граматичною структурою (v + obj. + prp.) та спільними фоновими знаннями носіїв обох варіантів.

Метонімічно утворені фразеологізми *Heath Robinson* (британський варіант) і *Rube Goldberg* (американський варіант) теж виявляють своєрідну концептуалізацію

світу британською і американською лінгвостільностями в межах однієї мови. *Heath Robinson* і *Rube Goldberg* – це імена реальних художників-коміків, які зображували прості елементи у вигляді складних механізмів. Фразеологізми характеризуються тотожною семантикою: вони позначають систему або механізм, який виконує прості речі надзвичайно складними способами.

Дані фразеологізми є елементами фразеологічної картини світу, яка, в свою чергу, тісно пов'язана з концептуальною картиною світу. Концептуальна картина світу – це система інформації про об'єкти, що є актуально і потенційно наявною у свідомості індивіда [Селіванова 2006, 256–257]. Одиницею інформації у такій системі виступає концепт, функція якого полягає у фіксації та актуалізації понятійного, емотивного, асоціативного, вербального та культурологічного елементів дійсності, включених у структуру концептуальної картини світу, де кожен носій лінгвокультури оперує концептами [Золотых 2008, 18].

Концептуальний зміст фразеологічної одиниці розподіляється між ядром фразеологічного значення (інтенціоналом) і його імплікаціоналом [Алефиренко 2008, 37]. Специфіка фразеологічного значення обумовлюється наступними факторами: семантичне ядро становлять конотативно-прагматичні смисли, а його периферію – предметно-понятійні [Алефиренко 2008, 37].

Фактологічний матеріал дав змогу виокремити в межах концептосфери *ЛЮДИНА* ряд базових концептів, репрезентованих фразеологічними одиницями у британському, американському, канадському та австралійському варіантах сучасної англійської мови.

І-у групу становлять концепти, в яких наявний яскраво виражений оцінний компонент. Сюди входить концепт *ЛЮДИНА І СУСПІЛЬСТВО*: *average Joe*, *Joe sixpack* (американський і канадський варіанти), *Joe Bloggs*, *Fred Bloggs* (британський та австралійський варіанти), *Joe Blow* (американський, канадський та австралійський варіанти) тощо – всього близько 40 фразеологічних одиниць.

Концепт *ЗНАННЯ* із субконцептами *РОЗУМОВІ ЯКОСТІ*: *clever Dick* (британський варіант) і *smart aleck* (американський варіант) і *ДУРІСТЬ*, репрезентований такими фразеологізмами, як *doesn't know if it's Thursday or Anthony Hordrens* (австралійський варіант), *proper Charlie*, *Ken doll* (канадський і американський варіанти).

Концепт *УСПІХ* виражений фразеологічними одиницями *be in like Flynn*, *do a Melba*, *do a Farnham* (усі – австралійський варіант). Суміжним із даним концептом вважаємо *АЗАРТ*: *bet on a Sydney or the bush*, *bet like the Watsons* (австралійський варіант), *shoot Niagara* (американський варіант).

До даної групи також належить концепт *НАСМІШКА*, представлений різними фразеологізмами у британському (*take the mickey out of smb.*), австралійському (*make a joe of oneself*) та канадському (*play hob*) варіантах англійської мови.

Концепт *БАЛАКУЧИТЬ* репрезентується фразеологізмами *have kissed the blarney stone* і *chatty Cathy* (американський і канадський варіанти).

В межах даної групи також виділяємо дихотомію концептів *БАГАТСТВО* (*have a roll Jack Rice couldn't jump over* (австралійський варіант), *live the life of Riley*, *Hooray Henry* (британський варіант) та *БІДНІСТЬ*, репрезентований у фразеологізмі *poor as Job*.

Всього в межах першої групи було виділено 31 концепт.

II-а група об'єднує концепти, в яких виявляються риси характеру людини (всього – 6 концептів).

До даної групи належать:

концепт *ХОРОБРИСТЬ*: *as game as Ned Kelly, fight like Griffio, Ned Kelly, put the McGinnis on* (усі – австралійський варіант);

концепт *СКУПІСТЬ*: *as mean as hungry Tyson, meaner than a goldfield Chinaman* (австралійський варіант);

концепт *ДБАЙЛИВИСТЬ*: *Florence Nightingale*;

концепт *БЛАГОРОДНІСТЬ*: *Kelly methods* (австралійський варіант), *Robin Hood policies* (британський варіант);

концепт *НЕВРІВНОВАЖЕНІСТЬ*: *nervous nelly, nice nelly, raise Cain, send smb to Coventry* (британський варіант).

До III-ої групи входять концепти, які репрезентують емоції і почуття людини за собою ономастичної фразеології. Сюди відносимо такі концепти, як *ЗЛИСТЬ*: *full of Old Nick, mad as a Chinaman*, *ХОРОШИЙ НАСТРІЙ*: *grin like a Cheshire cat, happy as Larry* (австралійський і британський варіанти), *pleased as Punch*, *ЗБЕНТЕЖЕНІСТЬ*: *not to know whether Arthur or Martha* (британський і австралійський варіанти), *КУМЕДНІСТЬ*: *Dad and Dave* (австралійський варіант).

IV-у групу становить концепт *ЛЮДСЬКІ СТОСУНКИ*, представлений субконцептом *ДРУЖБА*: *Damon and Pythias* і *David and Jonathan*.

До V-ої групи належить концепт *ФІЗИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ*, який репрезентується субконцептами *ВІК*: *old as Adam, old as Methuselah, older than Adam's father* та *РОЗМІР*: *man outside Hoyts*.

I-а, II-а та III-а групи становлять інтенціонал і навколоядерну зону концептосфери *ЛЮДИНА*, а IV-а і V-а групи – її периферію.

З описаного вище дослідження постає можливим зробити наступні висновки. Розгляд семантики фразеологізмів із компонентом-антропонімом в англословній картині світу тісно пов'язаний із вивченням фразеологічної і концептуальної англословних картин світу в загальному, і окремих картин її відповідних національних варіантів (британського, американського, канадського та австралійського) зокрема. Фразеологічна картина світу тісно пов'язана із відповідною концептуальною картиною, базовою одиницею якої виступає концепт. Фразеологізми у різних варіантах англійської мови можуть вербалізувати одні і ті ж концепти. Семантичне ядро концепту зумовлюється його конотативно-прагматичними смислами, а його периферія – предметно-понятійними.

Аналіз семантики антропонімів у складі англійських фразеологізмів дав можливість утворити концептосферу *ЛЮДИНА*, в межах якої було виділено 5 груп базових концептів, характерних для даного масиву фразеологічних одиниць. В ході дослідження також було виділено ядро концептосфери та її периферію.

Перспектива подальших досліджень включає дискурсивну верифікацію фразеологічного матеріалу у дискурсі, подальший пошук і встановлення системи базових концептів, для яких характерна вербалізація у фразеології національних варіантів англійської мови, а також укладання фразеологічних словників.

Концептуализация мировосприятия в разных вариантах английского языка опосредуется наличием системы национально-маркированных знаний, к которым принадлежат и фразеологические единицы. Фразеологизмы с именами собственными вербализуют концептосферу ЧЕЛОВЕК, а именно – ее основные черты и отношение к окружающей действительности, которые могут по-разному отображаться в основных вариантах современного английского языка.

Ключевые слова: *англоязычная картина мира, фразеологическая картина мира, концепт, фразеологизм, антропоним.*

Worldview conceptualization is represented by a system of nationally-marked knowledge in different variants of the English language, including also phraseological units. Phraseological units with proper names verbalize the conceptual field THE MAN, in particular his or her main characteristics and his or her attitude towards society at large, which can be manifested in different ways in the main variants of the English language.

Key words: *English worldview, phraseological worldview, concept, phraseologism, anthroponym.*

Література:

1. *Алефиренко Н.Ф.* Фразеология в свете современных лингвистических парадигм / Н.Ф. Алефиренко – М.: ООО Изд-во "Элипс", 2008. – 271 с.
2. *Баранцев К.Т.* Англо-український фразеологічний словник. Близько 30 000 словосполучень / К.Т. Баранцев. – К.: Знання, 2005. – 1056 с.
3. *Золотых Л.Г.* Когнитивно-дискурсивные основы фразеологической семантики (на материале русского языка): автореф. дисс. на соиск. учен. степ. доктора. филол. наук: 10.02.01 "Русский язык" / Л.Г. Золотых. – Белгород, 2008. – 47 с.
4. *Селіванова О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
5. *Canadian Oxford Dictionary.* – Toronto: OUP, 2004. – 1830 p.
6. *Fernando C.* Idioms and idiomaticity / C. Fernando. – Melbourne: OUP, 1996. – 184 p.
7. *Longman dictionary of English idioms* / T. Long (Ed.). – L.; N.Y.: Longman, 1996. – 387 p.
8. *The American heritage dictionary of idioms* / C. Ammer (Ed.). – N.Y.: Houghton Mifflin, 1997. – 729 p.
9. *The Australian Oxford Dictionary.* – Melbourne: OUP, 2004. – 1538 p.
10. *The Penguin dictionary of English idioms* / [Gulland D., Hinds-Howell D. (eds.)]. – L.: Penguin books, 1994. – 305 p.
11. *Wierzbicka A.* Understanding Cultures through Their Key Words / A. Wierzbicka. – N.Y.; Oxford: OUP, 1997. – 317 p.