

Исмаилова Эльзара Аблязисовна

АЛЛЮЗИВНЫЕ АНТРОПОНИМЫ В АНГЛИЙСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Статья раскрывает понятие "аллюзивный антропоним", которое широко используется авторами для большей экспрессивности, информативности, оценки как в художественном, так и публицистическом текстах. Представлена классификация антропонимов по признаку актуальности отдельных характеристик первичного референта.

Выделено 4 группы аллюзивных антропонимов, вызывающих ассоциации с характером личности, видом деятельности личности, внешностью, территорией, с которой связано имя личности.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/5-1/28.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 5(71): в 3-х ч. Ч. 1. С. 103-105. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/5-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Значение приблизительности создается соединением количественных числительных с наречиями и предлогами, указывающими на приблизительность: *быһа холоон, быһыылаах, саба, быһыыта, иһэ үллүбүтэ, саба бырабан, саба тарыйан*. Приблизительное число в якутском языке может обозначаться при помощи двух или нескольких числительных и т.д. Например, *Мантан икки бизэрэтэ кэриңэ сиртэн бу диэки сатыы кэлэн иһэр оһонньору туттубут* [6, с. 32]. / **Примерно** в двух верстах отсюда мы арестовали одного пешего старика.

Частица *собус* употребляется с неопределенно-количественными именами *үгүс* 'множество', *элбэх* 'много', *абыйах* 'мало', *балачча* 'порядочно' и т.д., придает им значение «почти», «не совсем», т.е. чувствуется какая-то малая доля неуверенности: *Кырдьык, ол сүл элбэх собус балыгы туттарбыппыт* [7, с. 96]. / *Правда, в тот год мы наловили довольно много рыбы.*

Таким образом, количественность в якутском языке выражается не только при помощи числительных и аффиксов множественного числа, но и целого арсенала других языковых средств. Как показывает приведенный фактический материал, безусловно, частицы играют не последнюю роль в передаче значения количественности. Особенно большое количество данных служебных частей речи было зафиксировано в микрополе неопределенно большого количества предметов и собирательности. Выявлено, что частицы действительно являются богатым лексическим средством выражения модальности, личных отношений говорящего к объекту, таких как пренебрежение, осуждение, недовольство или восхищение, радость и т.д. от количества.

Список источников

1. Бетлингк О. Н. О языке якутов. Новосибирск: Наука, 1989. 644 с.
2. Петров Н. Е. Частицы в якутском языке. Якутск: Якутское книжное изд-во, 1978. 298 с.
3. Полевой материал автора Ивановой И. Б. Якутск, 2012-2014.
4. Тенишев Э. Р., Аракин В. Д. и др. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. Морфология. М.: Наука, 1988. 560 с.
5. Теория функциональной грамматики. Качественность. Количественность / отв. ред. А. В. Бондарко. СПб.: Наука, 1996. 265 с.
6. Хотугу сулус. Якутскай, 1954. № 4. 235 с.
7. Хотугу сулус. Якутскай, 1969. № 2. 231 с.

SYNTACATEGOREMATIC PARTS OF SPEECH IN THE YAKUT LANGUAGE: PARTICLES (FUNCTIONAL-SEMANTIC ASPECT)

Ivanova Irina Borisovna, Ph. D. in Philology

The Institute for Humanities Research and Indigenous Studies of the North
of the Siberian branch of the Russian Academy of Sciences, Yakutsk
imenaotglagola@rambler.ru

The article deals with the syntacategorematic parts of speech in the Yakut language – particles that are peripheral participants in the expression of the functional-semantic category of quantity. The purpose of the research is to show the modal peculiarities of the use of particles of the Yakut language in this function. It is revealed that particles express not only the quantity, but also show a certain modal meaning and speaker's attitude towards the number of objects.

Key words and phrases: the Yakut language; functional grammar; functional-semantic category of quantity; peripheral means of expression; microfield; syntacategorematic parts of speech; particles.

УДК 811.111'373.23

Статья раскрывает понятие «аллюзивный антропоним», которое широко используется авторами для большей экспрессивности, информативности, оценки как в художественном, так и публицистическом текстах. Представлена классификация антропонимов по признаку актуальности отдельных характеристик первичного референта. Выделено 4 группы аллюзивных антропонимов, вызывающих ассоциации с характером личности, видом деятельности личности, внешностью, территорией, с которой связано имя личности.

Ключевые слова и фразы: интертекстуальность; имя собственное; аллюзивный антропоним; реноминация; экспрессивность.

Исмаилова Эльзара Аблязисовна, к. филол. н.

Крымский инженерно-педагогический университет, г. Симферополь
ismayilovaelzara@mail.ru

АЛЛЮЗИВНЫЕ АНТРОПОНИМЫ В АНГЛИЙСКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В последнее время в лингвистике популярным является направление, связанное с изучением проблем интертекстуальности, «чужого слова» в «своем» тексте. Изучение аллюзивных антропонимов находится

в русле этих проблем. Известные онимы содержат культурную фоновую информацию, они связаны в сознании говорящего с признаками их носителей. Одновременно с возможностью передавать значимую для адресата информацию онимы могут ту же самую информацию сделать закрытой для тех, кто не владеет достаточно необходимыми фоновыми знаниями, так как известные онимы – это специфические реалии, имеющие социокультурную значимость [4].

В последние годы внимание исследователей привлекает историко-культурный аспект онимов, их способность накапливать и отображать прагматическую информацию. Знаковая природа языковых единиц, в частности онимов, обуславливает наличие фоновых знаний и символизма в структуре их значения.

В лингвистических исследованиях для обозначения онимов, выступающих как носители экстралингвистического знания, используют разные термины: конотонимы, аллюзивные имена собственные, ономастические метафоры, символические имена, реминисцентные имена собственные, полуантропонимы, прецедентные имена. В рамках данного исследования мы используем термин «аллюзивный антропоним», который более полно соответствует задачам нашей статьи.

Цель статьи – проанализировать функционирование аллюзивных антропонимов в англоязычном публицистическом дискурсе.

Согласно цели были поставлены такие задачи: раскрыть понятие «аллюзивный антропоним», классифицировать аллюзивные антропонимы по признаку актуальности отдельных характеристик первичного референта.

Как считает Ю. Н. Караулов, аллюзивный антропоним как имя персонажа или автора принадлежит к языковым средствам введения прецедентного текста в текст-реципиент [3, с. 218]. Этой же точки зрения придерживается Д. Б. Гудков, который подчеркивает, что аллюзивный антропоним является символом прецедентного текста [1].

М. А. Соловьева придерживается мысли, что аллюзивный антропоним приобретает актуальность в определенном тексте. Отдельно от текста существует прецедентное имя, которое имеет многочисленные ассоциации, но не выполняет функцию стилистического приема [5]. Таким образом, условием возникновения аллюзивного процесса является наличие прецедентного текста. Использование личных имен, которые не имеют культурно-исторического потенциала, не вызывают аллюзивного эффекта.

М. А. Захарова, рассматривая в своем исследовании семантику аллюзивных имен собственных, дает следующее определение этому понятию: аллюзивное имя собственное – это название, которое в отличие от обычных имен собственных имеет определенную референциальную отнесенность, что объективно сужает сферу его означивания. Закрепление за аллюзивным именем собственным референциальной отнесенности позволяет выделить качественные характеристики (дифференциальные признаки) референта, на основе которых выстраивается область имплицитного значения аллюзивного имени собственного [2, с. 12-13].

Под аллюзивным антропонимом мы рассматриваем языковые единицы, используемые автором в тексте с целью раскрытия экспрессивного обозначения определенных персон с помощью аллюзивного использования имен известных личностей. К аллюзивным антропонимам принадлежат имена с общеизвестной энциклопедической информацией, имена, связанные с историей, литературой, культурой, мифологией. Эти имена сначала используются в прямом номинативном значении. Когда же теряется связь имени собственного с носителем имени, оно начинает использоваться для характеристики другой личности, которая имеет те же самые черты, что и денотат имени. После того, как имя становится независимым и у него появляются дополнительные значения, оно становится аллюзивным.

На первое место выходит вторичная номинация, тогда как прямое значение имени теряет свою значимость. Так, про умного, даже гениального человека можно сказать, что он *Einstein*, про детектива, сыщика – *Sherlock Holmes*, влюбленных часто называют *Romeo and Juliet*, *Mary Poppins* ассоциируется с няней.

В данном исследовании мы рассматриваем аллюзивные антропонимы в публицистическом дискурсе, так как последний включает в себя разные направления – рекламу, газетный стиль, научный стиль – и, таким образом, является показательным, что данные языковые единицы активно используются как в художественном, так и в публицистическом текстах. Одной из характерных особенностей публицистического стиля является краткость изложения. Ограниченность газетного пространства диктует требования экономии языковых средств: выразить меньшим числом лексических единиц более объемный смысл, чему и способствуют аллюзивные антропонимы.

Использование антропонимов в аллюзивной функции, т.е. актуализация определенной характеристики известного человека, имеет экспрессивный эффект за счет апелляции не к понятию, а к образу, что лучше всего олицетворяет тот или иной признак. Экспрессивность является неотъемлемой частью аллюзивных антропонимов, служащих выразительными средствами в создании текста, высказывания. Таким образом, использование аллюзивных антропонимов соответствует прагматике публицистического дискурса.

Проанализировав аллюзивные антропонимы (365 примеров) в англоязычных публицистических текстах, мы пришли к выводу, что по признаку актуализации отдельных характеристик первичного референта аллюзивные антропонимы можно разделить на те, что вызывают ассоциации: 1) с характером личности; 2) с видом деятельности личности; 3) с внешностью; 4) с территорией, с которой связано имя личности.

Одним из примеров функционирования аллюзивного антропонима, который вызывает ассоциации с характером личности, является такой: *Herman Cain, Napoleon of pizzas, said he would not have let the enemy know how many troops were going to leave, or when* [8]. / Герман Кейн, Наполеон пицц, сказал, что он не позволил бы врагу узнать, сколько войск собирается уйти и когда (здесь и далее перевод автора статьи). Автор называет Германа

Кейна в его политической борьбе Наполеоном, подчеркивая этим амбициозный характер политика, его желание стать президентом, несмотря на то, что он – простой человек, который управляет сетью ресторанов. Так и Наполеон в свое время, будучи выходцем из небогатой корсиканской семьи, благодаря своей амбициозности, целеустремленности, мужественности стал не только императором Франции, но и завладел почти всей Европой.

Вторая группа представлена антропонимами, которые вызывают ассоциации с видом деятельности личности, например: *He told the BBC he would try to “play cupid” and match businesses with arts organisations to boost funding* [6]. / Он сказал каналу BBC, что попытается сыграть в купидона и соединит бизнес и организации искусства для повышения финансирования. Известно, что Купидон соединял богов в брачные пары. Так, министр культуры Джереми Хант выступит в роли Купидона и соединит бизнес и искусство.

Следующей группой аллюзивных антропонимов являются имена, которые вызывают ассоциации с внешностью первичного референта: *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* [9]. / Я должен признать, что долларовые банкноты мигали перед моими глазами. Это были самые легкие деньги, которые я заработал когда-либо. 500% прибыли? Просто называйте меня Дональдом Трампом. Но с более красивыми волосами. В данном примере, кроме того, что актуализуется значение «богатый человек», есть также ссылка на характерные черты внешности Дональда Трампа, так как во второй части сообщения автор уточняет смысл аллюзии.

Еще одну группу составляют аллюзивные антропонимы, которые вызывают ассоциации с территорией, с которой связано имя личности. Примером может служить следующее предложение: *One of the most famous Scots ever, Alexander Selkirk – the real-life Robinson Crusoe – is marooned on an island in the Pacific, perhaps never to return to the country of his birth* [7]. / Один из самых известных шотландцев, Александр Селкирк – реальный Робинзон Крузо – был высажен на острове в Тихом океане, возможно для того, чтобы он никогда не вернулся на родину. У владельцев фоновых знаний имя *Robinson Crusoe* вызывает устойчивые ассоциации с человеком, оказавшимся на маленьком, безлюдном острове, с личностью, которая долгое время жила изолированно от общества.

Таким образом, аллюзивный антропоним – это языковая единица, которая используется автором в тексте с целью раскрытия экспрессивного обозначения определенных личностей с помощью аллюзивного использования имен известных людей. Аллюзивным имя собственное может стать, если происходит его переосмысление и отделение переносных значений от прямого номинативного значения, то есть имя актуализирует внешность, черты характера, поведение, сферу деятельности определенной личности. Аллюзивный антропоним часто служит способом реноминации референтов, представленных в публицистическом контексте, добавляя последнему экспрессивности, аксиологичности, информативности, аттрактивности и т.д.

Список источников

1. Гудков Д. Б. Прецедентные имена и проблемы прецедентности. М.: Изд-во МГУ, 1999. 152 с.
2. Захарова М. А. Семантика и функционирование аллюзивных имен собственных (на материале англоязычных художественных и публицистических текстов): дисс. ... к. филол. н. Самара, 2004. 192 с.
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд-е 2-е, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2002. 264 с.
4. Ражина В. И. Ономастические реалии: лингвокультурологический и прагматический аспекты: автореф. дисс. ... к. филол. н. Краснодар, 2007. 26 с.
5. Соловьева М. А. Роль аллюзивного антропонима в создании вертикального контекста (на материале романов А. Мердок и их русских переводов): автореф. дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2004. 23 с.
6. **Business philanthropy in the arts falls 11%** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-12295647> (дата обращения: 05.02.2017).
7. **Logan B.** How Scotland in 2011 compares to 1707 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/uk/2011/may/20/how-scotland-compares-1707-2011?INTCMP=SRCH> (дата обращения: 05.02.2017).
8. **No satisfaction, no resignation** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.economist.com/node/21534797> (дата обращения: 05.02.2017).
9. **Schulz Ch.** I was once a dirty scalper [Электронный ресурс]. URL: http://www.nzherald.co.nz/entertainment/news/article.cfm?c_id=1501119&objectid=10793763 (дата обращения: 05.02.2017).

ALLUSIVE ANTHROPONYMS IN THE ENGLISH PUBLICISTIC DISCOURSE

Ismailova El'zara Ablyazisovna, Ph. D. in Philology
Crimean Engineering and Pedagogical University, Simferopol
ismayilovaelzara@mail.ru

The article reveals the notion “allusive anthroponym” which is widely used by authors for greater expressiveness, informativeness, evaluation in both literary and journalistic texts. The classification of anthroponyms on the basis of the relevance of certain characteristics of the primary referent is presented. The author singles out 4 groups of allusive anthroponyms that evoke associations with the person’s character, type of activity, appearance, and the territory with which the name of the person is connected.

Key words and phrases: intertextuality; proper name; allusive anthroponym; renomination; expressiveness.