

І.Е. Сніховська,
ст. викладач, канд. філол. наук

(Житомирський державний університет імені Івана Франка)

Алюзивні власні назви в англomовному газетно-журнальному тексті

У мовознавстві залучення до аналізу когнітивно-дискурсивної парадигми передбачає розгляд кожного мовного явища на предмет його участі у виконанні мовою двох важливих функцій, комунікативної і когнітивної.

Актуальність проблематики дослідження визначається як власне мовними, так і позамовними чинниками. Багатоманітність форм людської діяльності спрямовує наукову увагу на вивчення різних типів комунікації, у тому числі газетно-журнальної. Прагнення пояснити закономірності передачі інформації шляхом експлікації зв'язків мовного виразу з ментальними категоріями спрямовує увагу лінгвістів до з'ясування когнітивно-дискурсивних підвалин комунікації [Полюжин 2004].

Сучасна лінгвістична парадигма вирізняється антропоцентричністю та інтегративністю, що передбачає аналіз різноманітних мовних та дискурсивних явищ на широкому культурологічному, прагматичному, психологічному тлі. Такий підхід зумовлює необхідність урахування зв'язків досліджуваних явищ з ментальною діяльністю індивіда, їх використання у спілкуванні при вербалізації комунікативних інтенцій (Н. Д. Арутюнова, О. О. Залевська, В. І. Карасик, О. С. Кубрякова та ін.).

Стаття присвячена дослідженню змістово-семантичних і функціональних характеристик алюзивних назв в англomовному газетно-журнальному тексті. Актуальність проблематики дослідження визначається залученням до аналізу особливостей **семантики алюзивних назв** концепції мовної особистості, лінгвокультурологічної теорії прецедентності, урахування явища інтертекстуальності, яке опинилося в центрі новітніх досліджень по філології.

Прецедентні назви входять до системи інтертекстуальних елементів, Проблема інтертекстуальності, що зародилася в рамках літературознавства, отримує новий виток розвитку і зміщує акцент лінгвістичних досліджень на феномен інтертекстуальної компетенції як основи взаємодії комунікантів, що володіють загальним фондом фонових знань культурно-історичного і практичного характеру (С.Г. Воркачов, В. Г. Костомаров, В.М. Телія). Інтертекстуальність базується на поняттях прецедентних елементів. Вивчення специфіки інтертекстуальних елементів, особливостей їх семантики і функціонування дозволить розкрити закономірності процесів міжтекстових взаємодій.

У колі сучасних філологічних проблем дослідження закономірностей прояву інтертекстуальності у публіцистичному дискурсі вбачається одним з найбільш перспективних напрямів, про що свідчить велика кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних лінгвістів [1; 6; 8; 9; 19 та ін.]. У більшості публікацій дослідження інтертекстуальності має

лінгвокультурологічний характер, ураховуючи багатовимірні зв'язки текстів широким культурним контекстом.

Відтак у фокусі уваги даної статті знаходяться проблеми, пов'язані з вивченням інтертекстуальності за допомогою аналізу елементів «змісту свідомості», що відображають категорії культури, і закономірностей їх використання. Вивчення наукових напрацювань таких лінгвістів, як Ю. М. Караулов, В. В. Красних, В. М. Телія, Д. Б. Гудков, дозволяє стверджувати, що прецедентні явища, до яких відносять прецедентну назву, прецедентну ситуацію, прецедентне висловлювання, прецедентний текст [В. В. Красних 1997, с.9], відіграють суттєву роль у формуванні когнітивного простору соціуму. Прецедентні феномени (ПФ) виступають одиницями-репрезентантами культури, є відомими у певній лінгво-культурній спільноті, актуальні в когнітивному плані, відтворювані у мові представників цієї спільноти (Д. Б. Гудков, І. В. Захаренко, Ю. М. Караулов).

Лінгвістична концепція прецедентності активно розробляється у сучасному мовознавстві. Одним з перших учених, зайнятих розробкою лінгвістичного осмислення терміну прецедентності, був Ю. М. Караулов. У його визначенні, ПТ – це "тексти, (1) значущі для тієї або іншої особи в пізнавальних і емоційних відносинах, (2) мають надособовий характер, тобто добре відомі також і широкому оточенню особистості, включаючи її попередників і сучасників, (3) звернення до яких відновлюється неодноразово у дискурсі цієї мовної особистості. Знання ПТ є показником приналежності до певної епохи та її культури, у той час як їх незнання, навпаки, є передумовою відторгнення від відповідної культури" [Караулов 1987, с.216]. К. Богданов звертав увагу на те, що ПТ є фундаментом колективного дискурсу, умовою ідеологічного взаєморозуміння і критерієм соціальної ідентифікації" [Богданов 2001, с.47].

ПФ є особливими дискурсивними одиницями, являючи собою елементи національної мовної свідомості, знаки тих колективних уявлень, які "входять в когнітивну свідомість певної лінгвокультурної спільноти". Д. Б. Гудков підкреслює, що за ПФ знаходиться образ-уявлення (набір ознак самого феномена, який входить в когнітивну базу лінгвокультурної спільноти), і визначає ПФ як національно детерміноване мінімізоване уявлення [Гудков 1999, с.7]. Комплекс ПФ фіксує і закріплює ціннісні установки соціуму, регулюючи вербальну діяльність його членів.

Уявлення про ПФ як про форми зберігання і актуалізації накопиченого знання дозволяє розглядати їх у термінах когнітивних структур, які сформувалися в пам'яті представників лінгвокультурної спільноти на основі спільних фонових знань. Під когнітивною структурою розуміється певна форма кодування і зберігання інформації [Рішар 1998]. Таким чином, уживаючи ПФ, мовець апелює не стільки до значення вислову, назви, а до тієї когнітивної структури, означуванім якої виступає ПФ.

ПН є особливими дискурсивними одиницями, являючи собою елементи національної мовної свідомості, знаки тих колективних уявлень, які "входять

в когнітивну свідомість певної лінгвокультурної спільноти", тобто певний складний образ-уявлення є достатньою мірою відомим широкому колу носіїв даної мови та культури [Гудков 1999, с.7].

Власні назви (ВН) і загальні назви утворюють, як відомо, універсальну опозицію в системі іменників будь-якої мови. Цей семантичний розподіл лексики по характеру номінації було проведено ще античними філософами. Власне лінгвістична розробка теорії лексичного значення ВН (ономастичного значення) почалася у XX ст. з робіт Є. Куриловича, О. Єсперсена, Л. В. Щерби [10; 18].

Мовний аспект семантики ВН описаний більш поглиблено і систематизовано. Є. Курилович відзначає, що хоча у ВН здатність позначати є вкрай обмеженою, вона зберігається для позначення одиничних понять, уявлень, асоціацій і комплексу реально-енциклопедичних знань про об'єкт називання [Курилович 1962, с.252]. Вчений підкреслював важливість розрізнення трьох мовних функцій: концептуалізуючої, інформативної і акумулятивної (енциклопедичної), які виявляються і на мовленнєвому рівні. Відтак мовними можна вважати такі функції, як стилістична, емоційно-оцінна, соціально-оцінна, регіональна і культурно-історична, до яких в мовленні або тексті додаються текстотвірна й естетична функції.

ВН виступають важливою передумовою механізму утворення алюзивності у тексті. Невипадково натяки на факти, події, стани є надзвичайно дієвими, адже незвичність привертає увагу, акцентує певні конотативні відтінки повідомлення:

*"Nevertheless, it is hard not to see some Alice-in-Wonderland logic in action here. 'Good' advice cannot, except in **Humpty Dumpty language**, be better than 'best'" (Financial Times /London), де АВН *Humpty Dumpty language* є позначенням ідіосинкратичного або ексцентричного мовлення, у якому значення певних слів визначаються мовцем (алюзія на персонаж Хампті-Дампті з казки Л. Керола "Аліса у Задзеркаллі").*

*That simple scheme made millionaires of many of Mr. Dell's early employees, even secretaries and clerks, and it made billionaires of some. Soon all of Austin was gossiping about the new '**Dellionaires**'" (The New York Times, April 28, 2000).*

Виникає можливість виразити більший об'єм смислу меншою кількістю означуваних. Така тенденція служить проявом закону економії мовних зусиль [Мартіне 1960]. Щодо ПН, Д. Б. Гудков зазначає, що використання прецедентів дає можливість економного застосування мовних засобів [Гудков 1999]. Апеляція до знань адресата дозволяє у зручній, стислій формі передати мовленнєві інтенції адресанта.

В. С. Виноградов вирізняє у сфері художньої літератури алюзивні ВН, і вважає за доцільне вичленувати їх серед загального корпусу антропонімів і топонімів в особливу групу, визначаючи алюзивну власну назву (АВН) як назву, область означування якої є об'єктивно звуженою за рахунок наявності унікальної референційної віднесеності [Виноградов 2001, с.179]. Цим

алюзивні ВН відрізняються від загальної маси власних наз. Такі імена знаходяться на межі звичайних книжкових ВН і смислових назв. Характеристичність АВН проявляється опосередковано, через різноманітні асоціативні зв'язки, і, на відміну від смислових назв, ґрунтується на метафоричності, наприклад:

"It's only natural that we cringe at the artificial: It goes against the grain. ... In the last few months, protests have sprung up all over Europe, and the French have taken to calling these products 'Frankenfood'" (Los Angeles Times, October 21, 1999), де АВН Frankenfood позначає їжу, отриману з генетично модифікованих рослин та тварин, реалізуючи алюзивне посилання на персонажа роману Мері Шеллі "Франкенштейн". Згадка АВН "Frankenstein" є не випадковою. Вона встановлює паралель між проблемами роману і науковими дослідженнями сьогодення, акцентуючи увагу на глибинних смислах небезпечних наслідків генної інженерії для людства.

Дослідження семантики АВН пов'язане також з розкриттям лінгвістичного механізму утворення імпліцитної інформації повідомлення. В цілому, аналіз семантики АВН проходить в рамках вивчення процесу розуміння, ураховуючи культурно-фонові знання адресатів газетно-журнального повідомлення:

"He writes in the style of the metro column, a genre that has included some of the best newspaper writing ever, but also its share of 'piping,' making stuff up in the tradition of Damon Runyon, who wrote fiction. (One columnist calls such fabrications 'Danny Boys,' as in 'Danny Boy, the pipes are calling...')" (Newsweek), де АВН Danny Boy – стаття або рубрика новин у друкованому виданні, у якій міститься сфабрикована інформація.

The new president may bring back any number of people from the first Bush administration, but he inherits a media world far different from the one his father left behind eight years ago, before the explosion of 24-hour news and the Oprahization of politics (The New York Times, January 21, 2001).

The Oprahization of our culture — the astonishing propensity to tell all, even the most sacred, private things to an audience of strangers — has fueled the Bobbitt case (Denver Rocky Mountain News, January 16, 1994).

У наведених прикладах АВН Oprahization експлікується у тексті повідомлення самим автором, позначаючи підвищене прагнення людей публічно описувати свої почуття й емоції, зізнаватися у гріхах минулого тощо. Іншими прикладами контекстуальної експлікації АВН можуть слугувати наступні:

Both events underscore the impact of what's come to be called the "Gulliver Effect" — when a large target, like electronic financial transfers, are attacked from many different directions at once (Bank Systems + Technology, December 1996), де АВН Gulliver Effect позначає масовані дії дрібних конкурентів, спрямовані на захоплення бізнесу великого конкурента;

"The modern 'Textbook of Performing Arts Medicine' discusses 'Las Vegas Voice' (strained vocal cords from working smoky rooms) and 'Fiddler's Neck' (a

skin condition caused by the friction of chinning a violin)" (*The New York Times*), де АВН *Las Vegas voice* – подразнення горла, спричинене співанням у прокуренних приміщеннях.

З лінгвістичної точки зору, явище інтертекстуальності розглядається в плані вивчення елементів структури мови, що беруть участь у побудові і встановленні міжтекстових зв'язків. У цьому аспекті інтертекстуальність визначається І. В. Арнольд як включення в текст інших текстів з іншим суб'єктом мовлення, або їх фрагментів у вигляді цитат, ремінісценцій, алюзій [Арнольд 1999].

Алюзія почала свою історію як фігура риторична. Етимологічно термін "алюзія" походить від лат. "alludere" (від "ludere" – "грати, жартувати", а також "натякати") [Ірвін 2001], що спонукало Б. Грасіана зазначити, що сама назва стилістичного прийому алюзії "неначе засуджує, аніж визначає, .. вона немов викликає сумніви, якщо не зовсім заперечує глибину, серйозність і піднесеність" [Грасіан 1977, с.452]. І. С. Христенко наводить докладний аналіз історії і сучасного функціонування терміну "алюзія" [Христинко 1992].

У класичній традиції алюзія відносилася до групи фігур слова, що зближувало її з парономазією, каламбуром, грою слів. У дослідженні Дж. Локранца алюзія визначається як каламбур, гра слів [Lokrantz 1973]. Це дає підстави вважати мовно-ігрові трансформації лінгвокультурно специфічних явищ, що допускають особливі форми їх використання у конкретній мовленнєвій культурі, прецедентними лудичними феноменами [15].

Типологія алюзій подається у дослідженні У. Хебеля. Вчений вирізняє цитатні алюзії, заголовкові алюзії та ономастичні алюзії [Hebel 1989]. Автор зазначає, що алюзія є провідним чинником інтертекстуального аналізу, окреслюючи історичні й соціальні координати тексту – його ключові смисли (ідеологеми). У цьому зв'язку важливим є співвідношення між інформацією, яка надається у алюзивному тексті, і тією, яка імплікається автором. У цьому випадку АВН семантизується на відносно широкому текстовому просторі, що підкреслює її участь у ключових ідеологемах тексту. Під "ідеологемою" розуміється семантико-тематичне позначення духовних цінностей [Радбіль 1997, с.15]. Проілюструємо наведені теоретичні положення прикладами АВН із сучасної преси:

Judas biography – автобіографічні спогади письменника, у яких він зводить наклеп на колишню дружину, подругу, коханку тощо.

There's a lot of that going around, of course, the mercenary airing of private affairs, the shameless peddling of what Updike calls "the Judas biography" (*The Sunday Oregonian*, May 16, 1999).

Recent years in America have given rise to what we might call the Judas biography, in which a former spouse or friend of a living writer confides to print an intimate portrait less flattering than might be expected (*The New York Review of Books*, February 4, 1999).

Market-Leninism – тип економічної системи, яка поєднує у собі риси капіталізму і комунізму:

*"Consider a country like China, which has made a transition from Marxism-Leninism to what an observer brilliantly called **Market-Leninism**" (The Straits Times, August 18, 2000); "The decade since Tiananmen has seen a new synthesis. Using a term that harks back to the beginning of the Deng era, the regime calls it 'socialism with Chinese characteristics.' Nicholas Kristof, former New York Times correspondent in China, called it '**market Leninism**' (World and I, July 1, 2000).*

Таким чином, АВН відіграють значну роль у формуванні **ключових смислів** англomовного газетно-журнального тексту.

Лінгвісти, зайняті розробкою даного напрямку, розглядають алузію як згорнуту когнітивну модель прецедентної ситуації. Це дозволяє окреслити статус АВН як особливого явища, що належить системі мови, й відноситься також і до сфери пам'яті Д. Б. Гудков, К. Богданов, О. О. Залевська та ін.

Корпус АВН, що функціонують в певному лінгвокультурному середовищі, утворюється великою мірою **лакунарними** АВН, які, потрапляючи в іншokультурне середовище, потребують коментування.

Amazon (v) – перехопити бізнес у більш стабільного суперника шляхом масштабного поширення у мережі Інтернет:

*"Although [Amazon.com CEO Jeff] Bezos emphasizes his obsession with the customer and plays down his concern with rivals, the way he toyed with Barnes & Noble was so instructive that any established brand getting bushwhacked by an Internet upstart is now referred to as 'getting **Amazoned**'" (Chicago Tribune);*

Dell (v) – перемогти суперника шляхом усунення посередника і запровадження системи прямого продажу безпосередньо покупцям. Дієслово походить від назви провідної компанії "Dell Computers", яка вперше запровадила систему прямих продажів:

*"Ted Rybeck, chairman of consultants Benchmarking Partners, is warning that '**Delling**' could spread to the car, chemicals and banking sectors. 'You want to be the **Deller** rather than the **Dellee** of your industry,' he proclaims" (The Daily Telegraph).*

Dorito syndrome – відчуття невдоволеності і розумової спустошеності, витративши купу часу на виконання завдання, але не досягнувши ніяких суттєвих результатів:

*That translates into hours spent aimlessly going from one Web site to another without really focusing on anything – known as **Dorito Syndrome**" (The Jerusalem Post, June 12, 1998).*

Goldilocks effect – економічних феномен ефективності підприємництва, коли сфера діяльності не є ані занадто великою, ані занадто малою.

*Size does matter. Up to a certain point, the more widgets you produce, the cheaper each widget becomes. But you no longer have to be General Motors to reap economies of scale. Several recent studies suggest a **Goldilocks effect**: medium-sized companies enjoy the benefits of scale more than the big ones do (The New Yorker, May 27, 2002).*

Отже, автор може навмисно залишати смислову лакуну, заповнити яку не важко носіям національної лінгвокультури, але і для представників іншомовної культури це являє певні труднощі, потребуючи коментування.

Для розуміння АВН необхідним є встановлення конкретного "алюзівного факту", "алюзівного каналу" – у цьому випадку на допомогу приходить контекст, в якому знаходиться алюзівне слово або словосполучення. У багатьох випадках правильне сприйняття АВН залежить від всебічного і глибокого вивчення всього тексту, що містить алюзивну одиницю.

"With hundreds of carnivalesque pages, these catalogues score high on what television programmers term the 'Hey Mabel' effect—'Hey Mabel, you can use Liquid-Plumr and Tylenol to build a bomb!' " (Harper's Magazine, March 1, 1999).

By the fourth day of the vigil, car strippers had reduced it [a 1985 Honda] to a bucket of bolts that was a "curbside blight and barely resembling a vehicle. That, Mr. Dunn said, was the kind of "hey, Mabel" article (as in "Hey, Mabel, look at this!") that The News must present (The New York Times, November 1, 1993).

Алюзивна фраза з ВН "Mabel" (іншою мовленнєвою варіацією може також бути ВН Martha) у різних контекстах позначає почуття подиву, захвату, шоку тощо, спричинені певними новинами або ситуаціями. Фраза "Hey Mabel" уживається також у атрибутивній функції, позначаючи дещо сенсаційне або суперечливе, до чого автор бажає привернути увагу, наприклад *"a "Hey Martha/ "Hey Mabel" story*. Таким чином, імпліцитний смисл алюзівного натяку може бути встановлено лише за умови аналізу змісту контексту усього повідомлення, потребуючи коментування лакунарності складних прецедентних алюзивних найменувань. У національній лінгвокультурі АВН є відсилками до інших прецедентних феноменів – висловлювань, ситуацій, текстів. Перспективою подальшої розробки проблеми може бути дослідження прецедентних культурно-значущих одиниць щодо виявлення особливостей свідомості англomовного соціуму.

Список літератури

1. Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. – СПб.: Изд-во С. Петерб. ун-та, 1999. – 444 с.
2. Богданов К. Повседневность и мифология. Исследования по семиотике фольклорной действительности. – СПб.: Искусство-СПБ, 2001. – 438 с.
3. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с
4. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. – № 1, 2001. – С. 64–72.
5. Грасиан Б. Остороумие, или искусство изощренного ума // Испанская эстетика: Ренессанс, барокко, Просвещение. – М.: Искусство, 1977. – 695 с.

6. Гудков Д.Б. Прецедентные имена и проблемы прецедентности. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 152 с.
7. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
8. Космеда Т.А. Языковая игра – продуктивный прием публицистического стиля современной эпохи (на материале газеты «Арт-Мозаика») // www.crimea.edu/tnu/magazines/culture/kosmeda.zip
9. Красных В.В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований // Язык, сознание, коммуникация. – М.: Филология, 1997. – Вып. 2. – С.5–12.
10. Курилович Е. Положение имени собственного в языке // Очерки по лингвистике. – М., 1962. – С. 251–266.
11. Мартине А. Принципы экономии в фонетических изменениях / Пер. с франц. – М.: Изд-во иностр. лит., 1960. – 261 с.
12. Полюжин М.М. Про теоретичні засади когнітивного підходу до дискурсивного аналізу // *Studia Germanica et Romanica*. – Донецк: ДНУ, 2004. – Т.1, № 3. – С. 32–42.
13. Радбиль Т.Б. О термине и понятии "идеологема" // Человек и его язык: Антропологический аспект исследований. – Нижний Новгород, 1997. – С. 11–28.
14. Ришар Ж.Ф. Ментальная активность. Понимание, рассуждение, нахождение решений // fccl.ksu.ru/issue001/spring.99/polyak4.pdf
15. Сніховська І.Е. Прецедентні лудичні феномени як лінгвокультурно значущі утворення // Вісник Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка. – Житомир: Вид-во ЖДУ, 2006. – Вип. 27. – С. 137–140.
16. Телия В.Н. О феномене воспроизводимости языковых выражений // Язык, сознание, коммуникация. – М.: МАКС Пресс, 2005. – Вып. 30. – С.4-42.
17. Христенко И.С. К истории термина аллюзия // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9, Филология. – 1992. – № 4. – С. 38-44.
18. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность: Опыт общей теории лексикографии. - Л.: Наука, Ленингр. отд-ние, 1974. – 428 с.
19. Hebel, Udo J. Intertextuality, Allusion and Quotation: An International Bibliography of Critical Studies. – USA: Greenwood Books, 1989. – 175 p.
20. Irwin, William. What Is an Allusion? // *Journal of Aesthetics and Art Criticism* 59 (3). – 2001. – С.287-297.
21. Lokrantz, J. Th. The Underside of the Weave; Some Stylistic Devices Used by Vladimir Nabokov. Doctoral Dissertation. – Uppsala, 1973. – 133 p