

**ВНУТРІШНЯ ФОРМА І СИМВОЛ У СЕМАНТИЦІ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ
ІЗ ТОПОНІМІЧНИМ КОМПОНЕНТОМ (ВАРІАНТОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД)**

У статті представлено лінгвокогнітивний і етнокультурний підходи до вивчення мовних знаків, якими є фразеологізми, зумовлюють необхідність трактування їхньої природи шляхом синтезу синхронічного і діахронічного методів. З'ясовано, що важливими при аналізі семантики фразеологізмів із топонімічним компонентом у варіантах сучасної англійської мови є їх образність (внутрішня форма) і символізм.

У світлі когнітологічної (Л. Г. Золотих, О. П. Левченко, R. Langacker, R. W. Gibbs), дискурсивної (R. Moon, P. Pierini, C. Fellbaum) і антропологічної (В. Н. Телія, М. Л. Ковшова, О. А. Добриднева, Р. Skandera) парадигм вивчення фразеологічних одиниць в англійській картині світу набуває особливого значення.

Власні імена в структурі фразеологізмів, зокрема антропоніми, неодноразово ставали предметом дослідження науковців. У сучасній англійській мові визначено структурно-семантичні типи фразеологічних одиниць з іменем власним (Г. П. Манушкіна), досліджено семантику фразеологізмів з іменем власним (З. В. Корзюкова), розкрито їх етимологічний і лінгвокультурний аспекти (Б. М. Ажнюк, З. Р. Загірова, З. В. Корзюкова), проведено їх дистрибутивний синхронний аналіз на рівні корпусу (Р. Pierini).

Проте, не всі проблеми є остаточно розв'язаними. Недостатньо висвітлено структурну та семантичну складові фразеологізмів із іменем власним, а також не повністю з'ясовано їх функціонально-прагматичний аспект. У згаданих вище працях аналіз здійснювався без урахування всієї системи онімів, а варіантологічний аспект взагалі не брався до уваги.

Актуальність дослідження полягає в загальній спрямованості сучасних лінгвістичних парадигм на виявлення і вивчення мовних процесів і явищ, пов'язаних з культурою, мовною картиною світу, і визначається потребою тлумачення імені власного в структурі фразеологізму за допомогою синхронного і культурно-історичного підходів.

Метою статті є аналіз внутрішньої форми і символу як елементів семантики фразеологізмів із топонімічним компонентом у варіантах англійської мови (британському, американському та австралійському).

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 у 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.).

Для досягнення поставленої мети й розв'язання конкретних завдань у статті використано низку **методів**, які уможливили цілісне дослідження матеріалу. *Описовий метод* слугував засобом інвентаризації, систематизації, класифікації, інтерпретації структурних, семантичних і функціональних особливостей досліджуваних мовних одиниць. *Метод компонентного аналізу* застосовано для визначення та опису семантичної структури англійських фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом. *Метод лексикографічного аналізу* спрямовано на порівняння лексикографічних тлумачень значень досліджуваних мовних одиниць у словниках, виданих у різні періоди, з метою верифікації їхньої семантики.

Загальноприйнято [1] виділяти наступні типи топонімів в англістиці.

1. Хороніми – власні назви певної території, області, району, що мають визначені кордони, прийняті в офіційних документах, а також власні назви природно-ландшафтних областей [1]. У досліджуваних фразеологізмах були зафіксовані назви материків: *for Africa, battle-field of Europe*; назви країн *close your eyes and think of England, eye of Greece, build castles in Spain, Vietnam syndrome*; назви штатів: *California blankets, be from Missouri*; назви районів: *grin like a Cheshire cat, man on the Clapham omnibus*.

2. Астіоніми – власні назви міст [1]. У межах досліджуваного матеріалу переважають синхронні оніми даного типу: *bring owls to Athens, take coals to Newcastle, New York finest, Rome was not built in a day*.

3. Комоніми – власні назви будь-якого сільського поселення [1]. У зібраних нами фразеологізмах було виявлено один комонім: *Bedfordshire*.

4. Гідроніми – власні назви водних об'єктів [1], наприклад, *all's quiet along the Potomac, go down the Sweeney, set the Thames on fire*.

5. Ороніми – власні назви будь-яких елементів рельєфу земної поверхні [1]. Зафіксовано такі назви: *ark rested on the Mt Ararat, have kissed the Blarney stone*.

6. Годоніми – власні назви лінійних об'єктів у місті [1]. Виявлено реальні (*Lombard street to a China orange*) і вигадані (*be in a Queer street*) назви даного типу.

При розгляді фразеологічної семантики важливу роль відіграє внутрішня форма фразеологізму. У теорії фразеології не існує загальноприйнятої дефініції даного феномену. Наприклад, В. П. Жуков внутрішню форму фразеологізму розглядає як словесний образ, на основі якого він виникає, тоді як В. В. Виноградов під внутрішньою формою розуміє семантичну мотивацію фразеологічної одиниці, у свою чергу В. Н. Телія – мотивуючу основу конотації, проте О. В. Кунін внутрішньою формою фразеологізму називає його етимологічний зміст; Н. Н. Кирилова у своїй роботі уточнює у внутрішній формі фразеологізму дофразеологічний, логіко-семантичний аспект позначуваної ситуації. М. Ф. Алефіренко та Л. Г. Золотих приймають до уваги наведені визначення і додають, що внутрішню форму фразеологізму можна розглядати як епідигматичний зв'язок етимологічного і синхронного елементів його семантики.

Зовсім іншої позиції притримуються представники західних лінгвістичних шкіл. Так, Р. Гіббс вважає, що образна мотивація ідіоми базується не на конкретних візуальних уявленнях внаслідок буквального прочитання ідіоми, а на досить абстрактних способах одних сутностей в термінах інших, наприклад, розум – вмістилище (концептуально-метафорична гіпотеза) [2: 421-422].

З іншого боку, гіпотеза інтерференції (С. Cacciari, R. Rummiati, S. Glucksberg) пропонує відмінний погляд на образи, зафіксовані в ідіомах. Основна ідея даної концепції полягає в тому, що фразеологізми викликають у свідомості образи, які базуються виключно на прямих значеннях компонентів відповідних фразеологічних одиниць [3]. Вони не залежать ні від метафоричних моделей, ні від актуального значення фразеологізму.

У наведеній нижче статті [3] описано серію експериментів з метою підтвердження даної гіпотези. Піддослідним було запропоновано 260 італійських ідіом, які вони повинні були розподілити на 4 групи:

1. вживані і семантично прозорі;
2. невживані і семантично прозорі;
3. вживані і семантично непрозорі;
4. невживані і семантично непрозорі.

У результаті опитування дослідниками встановили, що переважна більшість опитаних співвідносили образне уявлення із прямими значеннями компонентів фразеологічної одиниці. Наприклад, в ідіомі *break the ice* виникає образ "ескімоса в хутряній шапці із льодорубом в руках, який відбиває шматки льоду" [3: 65-66]. Таким чином, дослідники довели, що ні ступінь семантичної прозорості, ні ступінь вживаності не чинять помітного впливу на характер образних уявлень фразеологізму.

Стосовно опису внутрішньої форми фразеологізмів із топонімічним компонентом, подані вище дефініції даного лінгвістичного феномену, а також лексикографічний і компонентний аналіз фактологічного матеріалу дозволяє висунути припущення, що формування їх значення становить не лише транспозицію (перегрупування) сем, що базується на метафорі або на метонімії, наприклад, *cross the Rubicon* (акціонім *Rubicon* – небезпечне місце), *road to Damascus* (акціонім *Damascus* – труднощі), *to be from Missouri* (*Missouri* – відсталий штат), *be in Queer street* (годонім *Queer street* – труднощі, бідність) але й взаємодію відповідних пластів національно-маркованих знань, за допомогою яких пізнавався світ. Розглянемо докладніше значення фразеологізмів із топонімами у варіантах англійської мови.

Так, фразеологічне значення фразеологізму *make a Virginia fence* (йти похитуючись, будучи напідпитку) [4: 305] в діахронічному аспекті мотивується його прототипом-хоронімом *Virginia fence* (паркан, зроблений з розібраних залізничних рейок, з'єднаних між собою у вигляді зигзагів).

Відповідно, образна семантика власне британської фразеологічної одиниці *man/woman on the Clapham omnibus* (будь-яка звичайна людина) [4: 182] репрезентується наявністю національно-маркованого компоненту-хороніму *Clapham*, денотативна інформація якого зводиться до одного з районів на півдні Лондона.

Sydney or the bush (амер. еквівалент – *Hollywood or bust*) в австралійській англомовній картині світу має значення "все або нічого; або пан, або пропав" [5: 1305]. Внутрішня форма даного мовного знаку досягається за рахунок виникнення його образу в уяві: хтось в ході азартної гри ставить на кон все і сподівається лише на удачу. Елемент *to bet* (англ. – робити ставку на щось), який мотивує

образність даного фразеологізму, був наявним у його вихідному варіанті - *bet on a Sydney or the bush basis*, на що вказує С. Бейкер [6: 423]. Стосовно семантики інших компонентів даної фразеологічної одиниці, то вона також характеризується діахронічною мотивацією. Астіонім *Sydney* виступав на позначення міста в Австралії, все, що з ним пов'язане, і розглядався як щось головне, першочергове, в той час компонент *bush* характеризував периферію і живився в значенні "незначний, другорядний". Звідси, відповідно, їх синхронічні значення – "все" і "ніщо", поєднані з етимонами за допомогою епідигматичних зв'язків.

Внутрішня форма фразеологізму прямо пов'язана із символом як одним із компонентів його семантики. Символи позначають, але не називають, іншими словами вони репрезентуються певне поняття на вербальному рівні. При аналізі фразеологізмів із топонімічним компонентом легше простежити не тільки варіантну національно-культурну співвіднесеність англійських фразеологізмів, наприклад, *be in Coventry* (британський варіант), *play in Peoria* (американський варіант), *gone to Moscow* (австралійський варіант), але й виокремити ряд інтралінгвальних та варіантно-специфічних топонімів-символів в англійській мові. Основою виникнення фразеологічних символів служить прототип – ментальний зразок, концептуалізована ділянка мовної картини світу (англомовної), що регулярно використовується лінгвоспільнотою для категоризації [7: 112].

У результаті переосмислення і метафоризації фразеологізовані топоніми набувають нових відтінків значення і символізують невластиві денотату прототипу диференційні ознаки і ситуації. Відповідно, в загальній англомовній картині світу астіоніми *Newcastle* (take coals to Newcastle) та *Athens* (bring owls to Athens) – "виконувати непотрібні дії" уособлюють місце або територію, де є достатня кількість чогось (вугілля або сов) і актуалізують семи "некомпетентність", "зайві, непотрібні зусилля".

Власне американський фразеологізм *a New York minute* – "дуже короткий проміжок часу" [4: 199] репрезентує астіонім-символ *New York* через такі його ознаки, як швидкість, динамічність, швидкоплинність.

У британській англомовній картині світу фразеологізований астіонім *Bristol*, виявлений у структурі фразеологічної одиниці *all shipshape and Bristol-fashion* [8: 420], став символом порядку і процвітання. В основу семантики даної фразеологічної одиниці ліг сценарій про те, що в порту Брістоль в Англії існував високий рівень організації роботи і, як наслідок, місто характеризувалось добробутом і достатком.

Отримані результати проведеного дослідження дають змогу прийти до таких висновків. Семантика фразеологізмів із топонімічним компонентом обумовлюється не лише перегрупуванням сем його складових, але складним процесом метафоризації, в основі якого лежить внутрішня форма.

Лінгвокогнітивний аналіз внутрішньої форми фразеологізмів із топонімічним компонентом у сучасній англійській мові уможливило виокремлення їх етнокультурного (варіантологічного) аспекту семантики шляхом виявлення і підтвердження його епідигматичних зв'язків із прототипом. Мотивовані топоніми в структурі фразеологізму викликають асоціативні зв'язки і актуалізують певні семи. Відповідно, в результаті переосмислення і метафоризації фразеологізовані топоніми можуть набувати нових відтінків значення і символізувати невластиві денотату прототипу диференційні ознаки і ситуації. Наприклад, у фразеологічній одиниці *the gnomes of Zurich* (так називають швейцарських банкірів, тому що вони ретельно охороняють гроші). Звідси астіонім *Zurich* отримує в контексті згаданого вище фразеологізму такі характеристики, як секретне, втаємничене місце.

Викладений вище матеріал та зроблені з нього висновки відкривають перспективи подальших досліджень. У подальшій роботі необхідно виокремити лексико-семантичні поля фразеологізму з компонентом-онімом та провести їхній концептуальний, функціонально-комунікативний і оцінний аналіз у різних варіантах англійської мови для формування загальної фразеологічної системи з її варіантними підсистемами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. McDavid R. I. Linguistic Geographic and Toponymic Research. // Names. – Vol. 6. – 1958. – P. 65-73.
2. Gibbs R. W. Psycholinguistic studies on the conceptual basis of idiomaticity // Cognitive Linguistics. – Vol.1, N.4. – 1990. – P. 417-451.
3. Cacciari C., Rumiat R. I., Glucksberg S. The role of word meanings, transparency and familiarity in the mental images of idioms. // Proceeding of idioms/ Everaert M., van der Linden A., Schenk A., Schreuder R. (eds.). – Tilburg, 1992. – P. 62-74.
4. Oxford dictionary of idioms. – Oxford: OUP, 2005. – 340 p.
5. The Australian Oxford Dictionary. – Melbourne: OUP, 2004. – 1538 p.
6. Baker S. The Australian language. – Melbourne: Sun Books, 1966. – 517 p.

7. Золотых, Л. Г. Символика фразеологических единиц с антропонимическим компонентом / Л. Г. Золотых // Традиционная славянская культура и современный мир: материалы II Кирилло-Мефодиевских чтений / сост. и науч. ред. Л. В. Спесивцева. – Астрахань: ИД "Астраханский университет", 2006. – С. 112-118.
8. Cambridge idioms dictionary. – Cambridge: CUP, 2006. – 505 p.
9. Березович Е. Л. К построению комплексной модели топонимической семантики. // Известия Уральского государственного университета. – 2001. – № 20. – С. 20-23.
10. Томенчук М. В. Варіантно зумовлена концептуалізація дійсності у сучасній англійській мові // Автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Чернівці, 2008. – 20 с.
11. Фірсова Ю. А. Фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом у німецькій мові: лінгвокультурологічний аспект // Автореф. дис. ... канд. філол. наук. – Київ, 2002. – 18 с.
12. Langacker R. W. Concept, Image, and Symbol. The Cognitive Basis of Grammar. – Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2002. – 395 p.

Матеріал надійшов до редакції 04.05. 2009 р.

Ковалюк Ю. В. Внутренняя форма и символ в семантике английских фразеологизмов с топонимическим компонентом (вариантологический подход).

Лингвокогнитивный и этнокультурный подходы к изучению языковых знаков, которыми являются фразеологизмы, обуславливают необходимость трактовки их природы путем синтеза синхронического и диахронического методов. Важными при анализе семантики фразеологизмов из топонимическим компонентом в вариантах английского языка являются их образность (внутренняя форма) и символизм.

Kovalyuk Yu. V. Image and Symbol in Semantics of Phraseologisms with Toponymic Component (Variantological Approach).

Linguocognitive and ethnic-cultural approaches towards account of linguistic signs, such as phraseologisms, stipulate the necesssity to regard their nature employing the synthesis of synchronic and diachronic methods. Imagery and symbolism of phraseological units with toponymic components are important in the analysis of their semantics.