

Почепинская С. М.,
 Измайльский государственный гуманитарный университет

ОНИМЫ В СТРУКТУРЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ДИАЛОГА

Статтю присвячено використанню власних назв в системі художнього тексту на матеріалі англійської мови. Вивчається вплив розглянутих номінативних одиниць на процес розуміння. У роботі здійснено аналіз засобів коригування нерозуміння, викликаного вживанням власних назв.

Ключові слова: оними, власні назви, художній діалог.

Настоящая статья посвящена употреблению имен собственных в системе художественного текста на материале английского языка. Изучается влияние рассматриваемых номинативных единиц на процесс понимания. В работе осуществлен анализ способов корректировки непонимания, вызванного употреблением имен собственных.

Ключевые слова: оними, именасобственные,художественныйдиалог.

The article deals with the study of proper nouns in the system of English-Language literary text. The influence of the discussed nominative units on the process of understanding is presented. The article contains the analysis of ways to correct misunderstanding caused by the use of proper nouns.

Key words: propernames, propernouns,literarydialogue.

Объектом работы выступают ситуации непонимания и способы их корректировки в англоязычном художественном диалоге. Предметом данного исследования являются *имена собственные*, которые встречаются с относительно большой частотностью в художественных диалогах. Цель нашего рассмотрения заключается в выявлении специфики функционирования онимов в художественных текстах и выявлении случаев непонимания, вызванного употреблением рассматриваемых номинативных единиц. Материалом послужили диалогические фрагменты, содержащие *имена собственные*, которые были отобраны методом сплошной выборки из англоязычных художественных произведений, преимущественно последних десятилетий. Актуальность исследования состоит в определении специфики функционирования *онимов* в художественных текстах и в установлении влияния рассматриваемых номинативных единиц на процесс понимания.

Имена собственные (оними) “служат для выделения называемого объекта среди прочих, его индивидуализации и идентификации” [3, с. 426]. На первый взгляд, сказанное звучит парадоксально: означивая единичные объекты, оними, казалось бы, гарантируют успех коммуникации, в которой задействованы. Действительно, *Париж* или *Лондон*, *Наполеон* или *Бисмарк* для обоих коммуникантов означают, соответственно, две европейские столицы и двух европейских государственных деятелей. При этом семантический объем называемого понятия может быть разным для разных коммуникантов, т.к. “использование имени не предполагает знания существенных и/или идентифицирующих свойств обозначаемого им объекта, знания подавляющего большинства свойств объекта вообще” [2, с. 61]. Именно “обозначение индивидуальных предметов безотносительно к их признакам, т.е. без установления соответствия между свойствами обозначаемого предмета и тем значением, которое имеет данное слово/словосочетание” [1, с. 175], выступает основой возможного возникновения непонимания. Главной языковой характеристикой имени собственного является его “всеядность” – возможность выделения одного объекта из диаметрально противоположных классов существительных: одушевленных/неодушевленных (*Fred* – мужское имя и *Fred* – название яхты у Дж. Апдайка); абстрактных/конкретных (*I met my Dream*. *She was not quite eighteen* ... (MU, 128); людей/животных (*Jerry, Michael* – имена лиц мужского пола и собак в одноименных романах Дж. Лондона); женщин/мужчин (*Chris/Jackie* с одинаковым успехом обслуживающие и тех, и других: *Jackie Collins, Jackie Kennedy* и *Jack(ie) London, Jackie Flint*) и т.д. Подобная легкость трансонимизации, т.е. перехода онима из одного класса в другой, поддерживается другой его особенностью – одновременно выделять в качестве индивидуальных (уникальных) объектов некоторое множество представителей класса этих объектов. Для их разграничения требуются дополнительные средства. Так, имя “Анна”, выделяя одну определенную представительницу женского пола, может относиться и к Анне Карениной, и к Анне Снегиной, и к Анне Австрийской. Оним без уточнителя, таким образом, всегда несет потенциальную возможность коммуникативного сбоя, ибо, сохраняя свою форму, может означивать разные объекты для разных коммуникантов.

Помимо этого, за общеизвестными онимами разных классов закрепляются разные импликационалы, объем и оценочность которых варьируются в зависимости от участников коммуникативного акта. При этом интенционал, например, топонимов, предположительно “застрахован” от коммуникативного сбоя. Оказывается, однако, этонетак:

“What we need almost as badly is character, stability. We need Scandinavia”.

“We need what?” MacVeagh felt an odd floating sensation.

“Sweden, Denmark, Norway, Finland will bring us the character and discipline we so sadly lack. I know these people, Jim” [BA, с. 421].

“I sent her back to France”.

“You can’t mean back to Normandy, can you?” [BA, с. 32].

Сказанное справедливо и для эргонимов – названий фирм, магазинов, ресторанов, даже широко известных в пространственном континууме проходящей коммуникации:

“And you don’t think they’ll want me to go out to the Pink Horse?”

“The Pink Horse?”

“Well, the Pale Horse. Pubs, I mean” [CP, с. 47].

“Isn’t there another pub round here? The Pale Horse, didn’t you say”, I asked turning to Mrs. Oliver.

"The Pale Horse isn't a pub, said Rhoda. I mean, not now".

"It was an old inn", said Despard. "Mostly sixteenth century I'd say. But it's just an ordinary house now" [CP, с. 58].

Использование сначала неверного, потом исправленного названия пивной ведет, через объяснение ошибки, к новой неудаче, которая, в свою очередь, детализируется через десять страниц текста.

В следующей иллюстрации непонимания, связанной с использованием названия одного из отделений известной сети магазинов, разъясняется за счет предполагаемого импликационала вопроса:

"Why do you work in a Computer Hut?"

"You mean, why am I wasting my life working for minimum wage in a mall?"

"No, but close".

"I'm a student" [GJ, с. 27].

Онимы всех приведенных выше иллюстраций, хотя и представленные в художественных текстах, называют реально существующие объекты, т.е. являются реалионимами. Как мы видели, непонимание не зависит от физического объема называемого объекта, его экстралингвистической (исторической, социальной, географической и пр.) значимости и семантической структуры.

Несколько иначе и в устной разговорной, и в художественной диалогической речи реализуются антропимы – имена людей и/или персонажей (мифонимов). Единичность их референции сохраняет свою релевантность только для более или менее ограниченного круга лиц, знакомых с носителем имени лично или понаслышке (из истории литературы и пр.). Для таких "посвященных" прозвищальные *Tom, Dick and Harry*, или *Иванов, Петров, Сидоров* действительно связаны с единственным, известным обоим коммуникантам, референтом. В противном случае возникает коммуникативная неудача, которую требуется устранить путем детализации:

"Guess who I met the other day?" Claire tried to keep her voice as neutral as possible.

"Who?"

"Tom".

"Who?"

"Tom from Galway" [MM, с. 183].

"It's Gladys. Gladys Holmes I mean, the second maid, rather an impertinent girl and far too pleased with herself, but really strictly honest" [CS, с. 160].

Благодаря кинематографу в англоязычный узус вошла фраза знакомства с героем "Бондианы". Агент 007 во всех романах и, соответственно, фильмах представляется: *"James. JamesBond"* с ударением на дифференцирующей его фамилии, ибо именно она выделяет его из множества прочих Джеймсов и снимает возможность коммуникативного сбоя.

Если представить некую референциально-ономасиологическую шкалу, на которой функции указания на объект и его номинации будут располагаться в порядке возрастания от 0 до 1, придется признать, что дейктики "вслепую" указывающие на объект потому, что последний принадлежит к множеству, и не номинирующие его, находятся на одном конце воображаемой шкалы, а имена собственные, номинирующие, выделяющие, но не дающие отсылки к множеству, – на противоположном.

Следовательно, источник непонимания следует искать в характеристиках, общих для указанных групп. Это – их заложенная в языке недостаточность, неспособность одновременного выполнения обеих функций – указания на конкретный объект коммуникации и называния его.

Литература:

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
2. Рябцева Н. К. Коммуникативный модус и метаречь // Логический анализ языка. – М.: Наука, 1992. – Вып. 7. – С. 82-92.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – 716 с.
4. BA – Brookner A. Hotel du Lac / A. Brookner. – L.: Flamingo, 1984. – 141 p.
5. CP – Christie A. The Pale Horse / A. Christie. – Harper Collins Publishers, 1994. – 234 p.
6. CS – Christie A. Selected Stories / A. Christie. – М.: Progress Publishers, 1976. – 334 p.
7. GJ – Grisham J. The Runaway Jury / J. Grisham. – N.Y.: Doubleday, 1996. – 401 p.
8. MM – Mackle M. Mr. Right for the Night / M. Mackle. – Great Britain: Town House, 2002. – 407 p.