

Е. А. Белозерова

ИССЛЕДОВАНИЕ ОНОМАСТИЧЕСКОГО СОСТАВА СОВРЕМЕННОГО БРИТАНСКОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

*Работа представлена кафедрой лексики английского языка
Московского педагогического государственного университета.
Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Ю. Ф. Гурьева*

В статье рассматривается метод анализа ономастического материала, в основе которого лежит количественное сопоставление имен собственных разных типов. Такой эксперимент позволя-

ет исследователю глубже понять авторский замысел и выявить некоторые особенности мировоззрения автора.

Ключевые слова: ономастикон, имя собственное, художественный текст, авторская модель действительности, авторский замысел.

The purpose of the article is to provide a method for the analysis of proper names which is based on the quantitative comparison of different types of proper names. Having made such an analysis, a scholar can better understand the author's intention and the model of reality the writer creates.

Key words: onomastics, proper name, fiction, author's intention, model of reality.

В настоящее время исследователи художественного текста и дискурса ставят перед собой все новые цели и задачи. Одной из них является проследить, как выбор тех или иных языковых средств отражает авторское сознание в целом и авторский замысел в частности. Действительно, «создавая текст, автор не просто копирует, а выбирает и перераспределяет элементы окружающего мира как «точки отсчета» изображаемого»¹. Другими словами, появление каждого языкового знака в ткани художественного произведения не случайно, а обусловлено авторским жизненным опытом, его социально-культурными и интеллектуально-психическими особенностями, под влиянием которых авторское сознание выделяет в реальном мире «значимые для него (творческого субъекта) события, свойства, качества и пр., своеобразно комбинируя их и создавая индивидуальную модель действительности»². В частности, всегда значимым является выбор автором имен собственных, поскольку «ономастичность – важный параметр текстuality, необходимый фактор текстообразования»³. Следовательно, анализ ономастического состава художественного текста позволяет исследователям делать выводы об особенностях авторского сознания и мировосприятия.

В данной статье представлены результаты исследования совокупности имен собственных в романах трех современных британских авторов. Целью исследования является показать, что для интерпретации художественного текста значим не только

каждый отдельный оним, но и массив онимов всего произведения, т. е. его *ономастикон*. Если анализ каждого конкретного имени собственного позволяет исследователю раскрыть смысл близлежащего контекста, то анализ всего ономастикона отдельного текста позволяет делать выводы о том, *какой* видит автор произведения современную ему действительность; какие субъекты/объекты этой действительности он считает ее неотъемлемыми атрибутами, которые должны быть отражены в создаваемом им тексте. Другими словами, выбор автором имен собственных обусловлен как присущим ему механизмом категоризации окружающей действительности, так и авторским замыслом.

Для иллюстрации этого положения мы рассмотрели ономастиконы трех разных текстов с целью проследить количественное соотношение типов имен собственных в каждом из них. Анализ подверглись имена собственные четырех типов: антропонимы (имена людей), топонимы (названия географических объектов), словесные товарные знаки (названия товаров, а также фирменные названия) и библионимы (названия текстов, песен, фильмов и пр.). Основным критерием отбора имен вышеобозначенных типов являлась их невымышленность, т. е. наличие существующего за пределами текста денотата, поскольку смысл эксперимента состоит в том, чтобы показать, как отражается *объективная* действительность в сознании автора, а также в созданном им тексте. Результаты исследования представ-

лены в виде следующих диаграмм (после типа имени первое число означает его ко-

личество, а второе процент от общего количества имен рассматриваемых типов).

Диаграмма 1

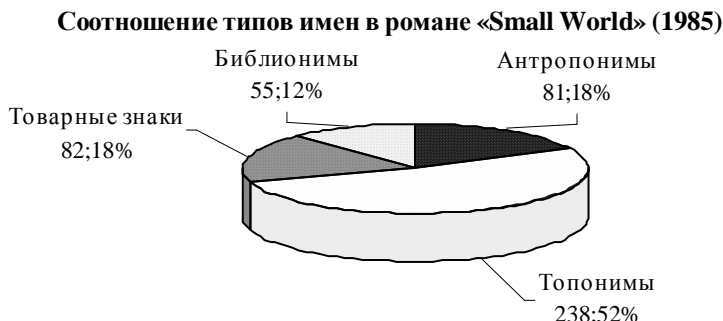


Диаграмма 2

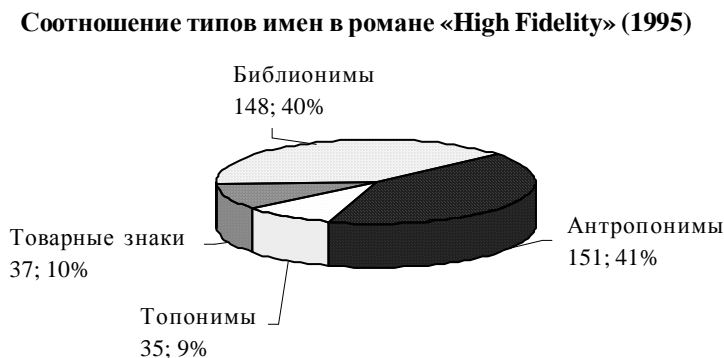
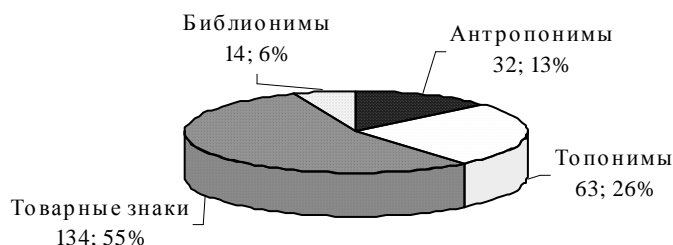


Диаграмма 3

Соотношение типов имен в романе «The Secret Dreamworld of a Shopaholic» (2000)



Все три проанализированных романа написаны в относительно небольшой промежуток времени (15 лет) авторами, живущими в Англии (Н. Хорнби и С. Кинселла – в Лондоне, Д. Лодж родился в Лондоне, живет в Бирмингеме), однако из диаграмм видно, насколько по-разному отразился окружающий их мир в произведениях. Рассмотрим эти диаграммы подробнее.

Сюжет юмористического романа Д. Лоджа «Мир тесен» – поиск «Граала», только в качестве Граала выступает молодая девуш-

ка-аспирантка (post-graduate), любительница международных лингвистических конференций, а доблестный рыцарь, тоже аспирант, вынужден в поисках своей возлюбленной объехать весь земной шар. «Удельный вес» использованных в романе топонимов приводит к выводу, что мир не так уж и «мал», что добавляет иронии к названию произведения (*Small World*). Еще одна ирония, которую обнаруживает наш анализ, заключается в том, что, хотя практически все персонажи романа – лингвисты или ли-

тературные критики, библионимы и антропонимы, среди которых преобладают имена авторов и названия текстов, составляют всего 30% имен собственных, в то время как топонимы – 52%. Таким образом, оказывается, что интересы этих любителей конференций сосредоточены вовсе не на предмете их исследования. Насыщенность текста топонимическим материалом позволяет автору воссоздать очень динамичную и панорамную картину окружающей действительности: Tip taxis ten per cent in *Bangladesh*, five per cent in *Italy*; in *Mexico* it is not necessary, and in *Japan* the driver will be positively insulted if you do. *Narita airport* is forty kilometers from downtown *Tokyo*. <...> In *Israel*, breakfast eggs are served soft-boiled and cold – yuk. In *Korea*, they eat soup at breakfast. Also at lunch and at dinner. In *Norway* they have dinner at four o'clock in the afternoon, in *Spain* at ten o'clock at night. In *Tokyo* the nightclubs close at 11.30 p.m., in *Berlin* they are only just beginning to open by then⁴.

Главный герой романа Ника Хорнби «Высокая точность» («High Fidelity») – меломан. Он работает в магазине, торгующем аудиозаписями, частенько записывает сборники хитов, любит кино и знает почти все существующие картины и их актеров. Одно из его излюбленных увлечений – составление списков «лучших» (например, пятерка лучших песен или фильмов о любви, смерти и т. п.): I have thought about the stuff I want played at my funeral, although I could never list it to anyone, because they'd die laughing. 'One Love' by *Bob Marley*; 'Many Rivers To Cross' by *Jimmy Cliff*; 'Angel' by *Aretha Franklin*. And I've always had this fantasy that someone beautiful and tearful will insist on 'You're the Best Thing That Ever Happened To Me' by *Gladys Knight*, but I can't imagine who that beautiful, tearful person will be⁵.

Внешность людей он видит только в сравнении с внешностью актеров, причем в строго определенных фильмах: ...I reckon that she'd be the first to admit that looking like *Susan Dey* in *LA Law* is not the same as

looking like, say, *Vivien Leigh* in *Gone With the Wind*⁶. О своих чувствах он может рассказать, используя названия песен, фильмов, книг. Даже временными ориентирами для него является время выхода нового хита, фильма и т. п. Неудивительно, что на страницах романа мы встречаем 151 антропоним (41%) (практически абсолютное их большинство – имена певцов, актеров, режиссеров, писателей) и почти столько же (148) библионимов (40%) (преобладают названия песен и фильмов).

Наконец, мир героини романа Софи Кинселлы на 55% состоит из словесных товарных знаков, что полностью соответствует названию романа – «Тайный мир шопполика» (а также целой серии романов о «шопполике» Ребекке Блумвуд). Соответственно, глядя на мир глазами главной героини романа, читатель погружается в мир шопинга, товаров и услуг: ...and I bought some new kitten heels the other day – so not that... although there are some nice *Prada*-y type shoes in *Hobbs*... Hmm. I'm not sure. <...> At the *Clarins* counter, my attention is grabbed by a big promotional sign⁷.

Героиня не только начинает рассказ о каждом дне своей жизни с описания, во что она одета: On the way out I pause in the hall to check my appearance in the mirror (Top: *River Island*, Skirt: *French Connection*, Tights: *Pretty Polly Velvets*, Shoes: *Ravel*) and reach for my coat (Coat: *House of Fraser sale*)⁸, – но и комментирует, что носят окружающие: As we stride off over the glossy floor, I surreptitiously run my gaze over Amy's trouser suit again – and find my eye landing on a discreet *Emporio Armani* label. I can't quite believe it. *Emporio Armani*! So what's Jill herself going to be in? *Couture Dior*? God, I love this place already⁹.

Таким образом, мы видим, насколько по-разному изображают действительность разные авторы и насколько закономерно появление в тексте каждого отдельного онима как элемента ономастикона этого текста. Весь массив представленных имен собственных является одним из средств создания ху-

дожественного пространства, а также соотношения этого пространства с объективной действительностью. В результате такого соотношения в сознании читателя не только

создается и поддерживается «иллюзия» реальности описываемых в тексте событий, но и появляется возможность ориентироваться в художественном пространстве.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Щирова И. А., Тураева З. Я. Текст и интерпретация: взгляды, концепции, школы. СПб., 2005. С. 23.

² Бабенко Л. Г. Филологический анализ текста. Основы теории, принципы и аспекты анализа. М., 2004. С. 155.

³ Сунрун В. И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. Волгоград, 2000. С. 119.

⁴ Lodge D. A David Lodge Trilogy: Changing Places, Small World, Nice Work. Penguin Books, 1993. P. 467.

⁵ Hornby N. High Fidelity. Penguin Books, 1995. P. 179.

⁶ Op. cit. P. 88.

⁷ Kinsella S. The Secret Dreamworld of a Shopaholic. Black Swan, 2000. P. 71.

⁸ Op. cit. P. 145.

⁹ Op. cit. P. 151–152.