

Санкт-Петербургский государственный университет

**БЕНДИКОВА Мария Александровна**

**Выпускная квалификационная работа**

**Концепт «NAME» в британской лингвокультуре**

Уровень образования: магистратура

Направление подготовки 45.04.02 «Лингвистика»

Образовательная программа ВМ. 5664 «Лингвокультурология

Великобритании и США»

Научный руководитель:

к.ф.н., доцент, Кафедра английской  
филологии и лингвокультурологии

Соколова Наталья Юрьевна

Рецензент:

д. филол. наук, д. филос. наук, профессор  
каф. лингвистики и перевода,

Институт гуманитарных исследований, ФГБОУ ВО

«Магнитогорский государственный

технический университет им. Г.И. Носова»

Песина Светлана Андреевна

Санкт-Петербург

2021

## Оглавление

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение.....                                                                                         | 4  |
| Глава I. Теоретические основы изучения концептов .....                                                | 9  |
| 1.1. Основные понятия лингвокультурологии.....                                                        | 9  |
| 1.1.1. Концепт в кругу лингвистических терминов.....                                                  | 13 |
| 1.1.2. Подходы к изучению концепта.....                                                               | 20 |
| 1.1.3. Структура концепта .....                                                                       | 25 |
| 1.2. Теоретические предпосылки исследования имени как социокультурного явления.....                   | 29 |
| 1.2.1. Имя как предмет исследования.....                                                              | 34 |
| 1.2.2. Историческое развитие системы английских имён .....                                            | 40 |
| 1.2.3. Культурно-специфическая традиция употребления английских имён .....                            | 42 |
| Выводы по главе I.....                                                                                | 47 |
| Глава II. Анализ концепта NAME .....                                                                  | 49 |
| 2.1. Построение номинативного поля концепта NAME.....                                                 | 50 |
| 2.1.1. Дефиниционный анализ концепта NAME .....                                                       | 50 |
| 2.1.2. Анализ репрезентации концепта NAME в атрибутивных, предикативных и предложных сочетаниях ..... | 53 |
| 2.1.2.1. Атрибутивные сочетания .....                                                                 | 54 |
| 2.1.2.2. Предикативные сочетания .....                                                                | 56 |
| 2.1.2.3. Предложные сочетания.....                                                                    | 58 |
| 2.1.3. Установление фразеологических номинаций концепта NAME.....                                     | 59 |
| 2.1.4. Анализ контекстуальных фрагментов.....                                                         | 62 |
| 2.1.4.1. Анализ контекстуальных фрагментов из корпуса текстов British National Corpus .....           | 62 |
| 2.1.4.2. Анализ контекстуальных фрагментов из текстов художественной литературы .....                 | 65 |
| 2.1.4.2.1. Анализ контекстуальных фрагментов романа “Lord of the Flies” .....                         | 66 |
| 2.1.4.2.2. Анализ контекстуальных фрагментов романа “The French Lieutenant`s Woman”.....              | 67 |
| 2.1.4.2.3. Анализ контекстуальных фрагментов романа “The Black Prince” .....                          | 69 |
| 2.1.4.2.4. Анализ контекстуальных фрагментов романа “One hundred names” .....                         | 71 |
| 2.1.4.2.5. Анализ контекстуальных фрагментов романа “England, England”.....                           | 74 |
| 2.2. Анализ ассоциативного поля концепта NAME.....                                                    | 76 |
| 2.3. Моделирование концепта NAME.....                                                                 | 79 |
| 2.3.1. Описание макроструктуры концепта NAME .....                                                    | 79 |
| 2.3.2. Категориальная структура концепта NAME .....                                                   | 80 |
| 2.3.3. Полевая организация концепта NAME .....                                                        | 81 |
| Выводы по главе II .....                                                                              | 83 |
| Заключение.....                                                                                       | 85 |
| Библиография .....                                                                                    | 89 |

|                                             |            |
|---------------------------------------------|------------|
| <b>Список использованных словарей .....</b> | <b>96</b>  |
| <b>Условные сокращения .....</b>            | <b>97</b>  |
| <i>Приложение 1 .....</i>                   | <i>98</i>  |
| <i>Приложение 2 .....</i>                   | <i>100</i> |
| <i>Приложение 3 .....</i>                   | <i>101</i> |

## Введение

Работа посвящена изучению концепта NAME в британской лингвокультуре. Концепт как квант структурированного знания представляет собой важный элемент исследования лингвокультуры. Концепт включает в себя все аспекты и оттенки значения слова, открывает путь к изучению глубинных знаний о языке и мышлении и связи языка и мышления. Работа выполнена на пересечении таких научных областей как лингвокультурология и когнитивная лингвистика.

**Актуальность** исследования обусловлена необходимостью изучения лингвокультурных концептов в рамках современной прагмалингвистической парадигмы, которая отличается особенным интересом лингвистики к языковому отражению концептуальной, ценностной картины мира и изучению лингвокультурного элемента – концепта, появившегося сравнительно недавно. Актуальность объясняется тем, что впервые предпринимается попытка комплексного описания и анализа концепта NAME.

**Теоретической базой** магистерской ВКР послужили теоретико-методологические концепции:

- 1) Лингвокультурологический подход: А. Вежбицкая («Понимание культур через средство ключевых слов»), С.Г. Воркачѳ («Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании»).
- 2) Лингвистический подход: Н. Хомский, Р. Бервик («Человек говорящий»)
- 3) Концептуальные исследования: Н.Д. Арутюнова («Логический анализ языка. Культурные концепты»), В. И. Карасик («Языковой круг: личность, концепты, дискурс»), Д.С. Лихачев («Концептосфера русского языка»), Ю.С. Степанов («Константы: Словарь русской культуры»)

- 4) Исследования имён: А.Ф. Лосев «Имя», О.А. Леонович «Введение в англоязычную ономастику», S.A. Kripke «Naming and Necessity».
- 5) Психолингвистический подход: Л.А. Выготский «Мышление и речь».

**Новизна** работы заключается в том, что впервые предпринята попытка применения концептуального подхода к исследованию явления NAME, а также его моделирования. Проводимый анализ позволяет посмотреть на изучаемый объект с социокультурной, лингвистической, лингвокультурологической точек зрения, что даёт новые интерпретации исследуемого концепта, выделяется его эмотивная составляющая.

**Цель** состоит в том, чтобы выявить и описать языковые репрезентации концепта NAME и определить основные представления о феномене NAME в сознании представителей британского социума.

Поставленная цель требует решения следующих **задач**:

1. Рассмотреть подходы к термину «концепт», его структуру и типы концептов.
2. Рассмотреть теоретические предпосылки изучения имени как лингвокультурного явления с целью дальнейшего выявления культурно-специфических черт изучаемого концепта.
3. Выявить и проанализировать с помощью дефиниционного анализа лингвокультурологические особенности репрезентации базовых характеристик ценностного концепта NAME.
4. Проанализировать способы репрезентации исследуемого концепта во фразеологическом фонде английского языка.
5. Провести лексико-семантический и структурно-семантический анализы средств репрезентации концепта NAME в англоязычных текстах художественной литературы.

6. Описать содержание концепта NAME в английской лингвокультуре путем выявления понятийных, образных и ценностных признаков данного концепта.
7. Сформулировать выводы.

**Объект:** лингвокультурный концепт.

**Предмет:** языковая репрезентация концепта NAME в британской лингвокультуре.

**Материалом** для исследования послужили:

1. Словарные дефиниции;
2. Корпус текстов British National Corpus;
3. Современные произведения художественной литературы: Golding William “Lord of the Flies”, Fowles John “The French Lieutenant’s Woman”, Murdoch Iris “The Black Prince”, Ahern Cecelia “One hundred names”, Barnes Julian “England, England”.
4. Результаты ассоциативного эксперимента.

**Методы исследования** – лексико-семантический анализ, дефиниционный анализ, контекстуальный анализ, сравнительно-сопоставительный анализ, элементы статистического анализа.

**Теоретическая значимость** работы состоит в том, что осуществляется вклад в разработку изучаемого направления, объектом изучения которого являются социально значимые явления, к числу которых можно отнести явление именованности. **Практическая значимость** состоит в том, что данные проведенного исследования могут использоваться на занятиях по лингвокультурологии Великобритании, лингвострановедению, лексикологии, стилистике и прочих дисциплинах, изучающихся по направлениям филология, лингвистика, культурология, социология.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Концепт NAME формируется в сознании носителей британской лингвокультуры как сложная ментальная единица, заключающая в себе ряд уникальных когнитивных характеристик, которые не находят отражения в словарных дефинициях.
2. В макроструктуре концепта NAME преобладает информационное содержание (47%) и интерпретационное поле (46%), ряд ассоциаций относится к сфере досуга и развлечений с одной стороны и культурных и духовных ценностей с другой.
3. В художественной литературе концепт NAME имеет следующие когнитивные признаки: номинация, социальные характеристики, сущностное отражение, подлинность, эмоциональная составляющая, религиозность, человек и индивидуальность.
4. Признаки номинации, репутации и известности наблюдаются как в текстовых, так и в ассоциативных репрезентациях исследуемого концепта.
5. Фразеологическая репрезентация концепта NAME содержит в себе противоположные признаки (признак сущностного наполнения и отсутствия такового).
6. Концепт NAME содержит в себе ряд специфических культурологических признаков, характерных для британской лингвокультуры: среднее имя (middle name); т.н. двуствольные имена (double-barrelled name), которые призваны отражать принадлежность к определенным семьям и наличие длительной традиции родословной носителя данного имени; страховой андеррайтер, принадлежащий синдикату Ллойда.

**Объем и структура работы.** Структура настоящей работы общим объемом 102 страницы печатного текста представлена введением, теоретической и практической главами с выводами, заключением и

приложениями. Список использованной литературы насчитывает 91 исследовательскую работу на русском и английском языках.

## Глава I. Теоретические основы изучения концептов

### 1.1. Основные понятия лингвокультурологии

Лингвокультурология является одним из динамично развивающихся направлений современной лингвистики. В последнее десятилетие XX века термин лингвокультурология прочно закрепился в российском языкознании благодаря трудам В. Н. Телия, Ю. С. Степанова, Н. Д. Арутюновой, В. В. Воробьева, В. И. Шаклеина, В. А. Масловой, А. Д. Шмелёва, В. Г. Костомарова, Н. И. Толстого и других ученых.

Лингвокультурология представляет собой науку, рождение которой обусловлено слиянием таких дисциплин как лингвистика, психология, этнография, культурология.

Обратимся к трактовкам понятия лингвокультурология. Так, В.В. Воробьев определяет лингвокультурологию как «научную дисциплину синтезирующего типа, пограничную между науками, изучающими культуру и филологию» [Воробьев 1997: 32]. По мнению В.А. Масловой, лингвокультурология – это «наука, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке» [Маслова 2001: 28].

В. Н. Телия отмечает, что это «та часть этнолингвистики, которая посвящена изучению и описанию корреспонденции языка и культуры в синхронном их взаимодействии» [Телия 1996: 217]. В. В. Красных утверждает, что лингвокультурология – это «дисциплина, изучающая проявление, отражение и фиксацию культуры в языке и дискурсе. Она непосредственно связана с изучением национальной картины мира, языкового сознания, особенностей ментально-лингвального комплекса» [Красных 2002: 12].

Как замечает Н. Ф. Алефиренко, лингвокультурология — это «научная дисциплина, изучающая способы и средства репрезентации в языке объектов

культуры, особенности представления в языке менталитета того или иного народа, закономерности отображения в семантике языковых единиц ценностно-смысловых категорий культуры» [Алефиренко 2010:110].

Вслед за Т.И. Петуховой и Е.Г. Хомяковой, стоит отметить тот факт, что «совершенно очевидно, что в рассматриваемом случае мы имеем дело с двумя составляющими, в основе которых лежат такие понятия как «лингвистика» и «культурология» [Петухова, Хомякова 2012:13].

Нам представляется возможным определить лингвокультурологию как науку, исследующую разные способы представления знаний об окружающей действительности носителей того или иного языка при помощи изучения языковых единиц различных уровней, речевого поведения, дискурса. Отметим, что необходимо учитывать энциклопедическую информацию, которая соотносится с собственно языковым значением, разработка принципов отбора которой является одной из проблем лингвокультурологии.

Таким образом, целью лингвокультурологии является «описание взаимодействия языка и культуры через раскрытие содержания языковых единиц, изучение их ассоциативных и словообразовательных связей, коннотаций, отраженных в сознании носителей языка» [Аббякая 2004: 43–44]. Объект лингвокультурологии – язык и культура, а именно совокупность речевых действий и ситуаций, в которых проявляется культурно маркированный выбор языковых средств. Предмет лингвокультурологии – взаимодействие культуры и языка.

Лингвокультурный концепт является одним из важнейших понятий для лингвокультурологии и лингвоконцептологии. Концептология – «учение о концептах, представляющих собою сущности общенародного подсознательного, выраженного вербально, в словах и грамматических формах родного языка» [Колесов, Пименова 2012:5].

В. В. Колесов утверждает, что «в сравнении с другими направлениями научной когнитивистики (от лат. *cōgnōsco* – «познаю»), концептология

отличается тремя базовыми чертами: она ономаσιологична, это речь говорящего, а не слушающего; она «лингвальна», т. е. подаётся со стороны речевой деятельности, а не логических суждений; она исторична, так как рассматривает концепты в развитии, в семантическом преобразовании» [Колесов, Пименова 2016:5]. Концептология призвана воссоздавать концептуальные структуры, исследуя пути развития когнитивных признаков в истории развития слова.

Лингвокультурология и лингвоконцептология имеют сходства друг с другом и отличительные особенности. При этом важно отметить, что до сих пор нет четких границ при их разграничении или отождествлении. Так, например, даже в работах одного автора с годами меняется взгляд на соотношение лингвокультурологии и лингвоконцептологии.

В 2002 году С. Г. Воркачев пишет о том, что лингвоконцептология – это наука на стыке лингвокультурологии и когнитивной лингвистики [Воркачев 2002]. В трудах 2005 и 2007 гг. автор утверждает, что лингвоконцептология – отдельная дисциплина, выделившаяся из лингвокультурологии [Воркачев 2005, 2007]. В работе 2010 года автор апеллирует понятиями как синонимичными [Воркачев 2010].

Представляется логичным, что лингвокультурология, как одно из ответвлений современной лингвистики, имеет своим предметом исследование проявлений культуры народа, отраженных и закрепленных в языке и речи. Исследовательской единицей лингвокультурологии выступает лингвокультурный концепт, представляющий собой в самом общем виде «совокупность существенных признаков предмета, погруженного в культуру и язык» [Воркачев 2011: 64]. Так, лингвокультурология изучает лингвокультуру в целом, а лингвоконцептология исследует отдельные фрагменты лингвокультуры, представленные лингвокультурными концептами.

В.И. Карасик и И.А. Стернин в своём труде «Антология концептов» отмечают, что «концептология – это наука о концептах, их содержании и отношениях концептов внутри концептосферы. Концептология исследует как национальные, так и групповые, а также художественные и индивидуальные концептосферы. В рамках концептологии в настоящее время выделяется лингвистическая концептология – наука, ставящая своей целью описать названные в языке концепты лингвистическими средствами» [Карасик, Стернин 2011].

Лингвоконцептология – «это продолжение и развитие классической, структурной и функциональной семантики, обогащенной данными культурологии, когнитологии, социологии, истории и других смежных дисциплин» [Карасик 2013:94]. Лингвоконцептология – специфическая разновидность семантики, изучающая культурно-национальную часть единиц ментального лексикона.

Отметим, что лингвоконцептология переняла основные исследовательские методы структурной семантики, а именно компонентный, или семный анализ, и теорию поля. Основное отличие лингвоконцептологии от семантики заключается в исследовательском объекте. Для семантики исследовательский объект – значение как план содержания конкретных языковых единиц, для лингвоконцептологии – более широкий объект, включающий в себя текстовые и дискурсные образования, к примеру, афоризмы, художественные произведения.

Итак, лингвоконцептологические исследования направлены на изучение конкретных ментальных единиц, которые имеют культурную специфику и выражение в языке. Лингвоконцептология может интерпретироваться как наука, возникшая на базе лингвокультурологии, сохранившая ее ключевое понятие «концепт» и при этом расширившая его. Вслед за В.Г. Воркачевым мы полагаем, что лингвоконцептология

(лингвистическая концептология) и лингвокультурология коррелируют друг с другом.

### **1.1.1. Концепт в кругу лингвистических терминов**

Данный раздел посвящён отношениям между лингвистической категорией «концепт» и другими категориями, и терминами, такими как «понятие», «картина мира» и др., релевантными для лингвоконцептологии.

Концепт (от лат. *concipere* – «зачинать») – буквально «понятие, зачатие». Слово было заимствовано лингвистами из математической логики. Термин «концепт» появился в научной литературе благодаря работе С.А. Аскольдова «Концепт и слово». Исследователь ввёл данный термин в 1928 году, понимая под ним «мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода» [Аскольдов 1997:269].

Данная статья явилась началом концептуально-культурологического подхода в современной науке, но термин «концепт» долгое время не находил своё отражение в русском языкознании. Можно предположить, что это связано с несоответствием русскому языку и использованием более привычного термина «понятие». Только спустя несколько десятилетий «концепт» появляется в исследованиях когнитивистов (Р. И. Павиленис, М. А. Холодная), изучающих подсистемы человеческого знания. Термин «концепт» стал популярным среди лингвистов в начале 1990-х годов благодаря исследованиям Д.С. Лихачева («Концептосфера русского языка» и Ю.С. Степанова («Константы: Словарь русской культуры»).

О взаимосвязи языка, реальности и концептов пишет Г. Клакстон: «Язык – это не только внутренний код, в котором записаны знания. Он хранит в себе открытую систему категорий и зависит от неё. Язык представляет собой единый взгляд на то, как мир должен быть сегментирован на части, и в значительной степени определяет, каким образом всё делится на категории,

как об этом говорить и даже как всё это воспринимать. Уже много было написано о связи между языком и «реальностью»; единственное, что стоит здесь отметить, – мы вынуждены чётко выражать свой опыт в понятиях, которые сами не выбирали и которые не обязательно будут подходить или точно описывать наш личный опыт» [Клакстон 2015:69].

Знания человека о мире складывается двумя способами: имеется наивная картина мира и научная картина мира. Как пишет О.А. Корнилов «картина мира – это порождённая человеком упрощённая замена реального мира придуманной схемой мира или образом мира» [Корнилов 2003:10]. Картина мира репрезентируется в языке при помощи концептов, которые в свою очередь, сами являются обобщением множества мыслей, идей, знаний о каком-либо предмете или объекте.

Ю.С. Степанов обращает внимание на то, что термины «концепт» и «понятие» являются терминами разных наук – математической логики и культурологии с одной стороны и философии с другой [Степанов 2004].

М. В. Пименова и О.Н. Кондратьева полагают, что понятие является частью концепта, а сами понятийные признаки входят в его структуру [Пименова, Кондратьева 2011:13].

А.Д. Ефимова в статье «Соотношение объёма значения, структуры и сферы употребления терминов «понятие» и «концепт» ссылается на М.В. Пименову и О. Н. Кондратьеву и отмечает, что «понятие – это «один из структурных элементов концепта» или «один из вариантов бытования, воплощения концепта» [Ефимова 2019:7].

Л.С. Выготский отмечает, что «понятие не живёт изолированной жизнью и что оно не представляет собой застывшего, неподвижного образования, а, напротив того, всегда встречается в живом, более или менее сложном процессе мышления, всегда выполняет ту или иную функцию сообщения, осмысливания, понимания, решения какой-нибудь задачи» [Выготский 2019: 129].

Автор в главе, посвящённой экспериментальному исследованию развития понятий, пишет, что к образованию понятия ведёт необходимость решения задачи, которая не может быть решена иначе, как с помощью образования понятий и тогда возникает этот процесс (Там же). Возникновение понятий относит нас к вопросу о возникновении языка.

Н. Хомский и Р. Бервик в своей книге «Человек говорящий. Эволюция и язык» ссылаются на обзор Самадо и Сатмари [Számadó & Szathmáry 2006], где представлен список основных (по мнению его авторов) альтернативных теорий, объясняющих появление человеческого языка:

- 1) язык как болтовня;
- 2) язык как социальный груминг (взаимная чистка);
- 3) язык как побочный продукт совместной охоты;
- 4) язык как следствие «материнского языка»;
- 5) половой отбор;
- 6) язык как необходимое условие обмена информацией о статусе;
- 7) язык как песня;
- 8) язык как необходимое условие изготовления орудий или результат изготовления орудий;
- 9) язык как надстройка над жестовыми системами;
- 10) язык как коварное средство для обмана;
- 11) язык как внутренний ментальный инструмент [Хомский, Бервик 2019:124].

В этой связи особый научный интерес представляет то как возникновение языка коррелирует с возникновением концептов. Если сделать предположение о том, что появление первых слов было связано с предупреждением об опасности, они имели концептуальную основу. По мере эволюции человека и его жизнедеятельности появлялось всё большее

количество слов, что привело к увеличению концептов. Следовательно, базовые концепты можно отнести к базовым потребностям человека, в то время как более абстрактные вплетаются в языковую картину мира тогда, когда жизни не угрожает опасность, кров и пища присутствуют и не являются центральной проблемой [Хомский, Бервик 2019].

Таким образом, при трактовке термина «понятие» чаще отмечается, что концепт по своей природе шире понятия. Так, «понятие подразумевает мысль о предмете, а концепт – идею совместно с оценочными признаками, ассоциативными, а также абстрактными» [Красавский 2013:75]. Концепт в отличие от понятия отображает эмоции, а структура концепта сложнее, чем у понятия. Понятие демонстрирует только общие и значимые черты об объекте, в то время как концепт – всю совокупность когнитивных признаков с ассоциациями, образами, культуру, опыт, национальность отдельного индивида. Как видим, понятие – знак лингвистического познания в отличие от концепта. Понятие – это логическое значение, независящее от национальности, культуры, опыта, психологических особенностей человека. Благодаря понятию человек может выделить объект, отличить его от других объектов, выявив сходства и различия.

Интересной представляется точка зрения В. З. Демьянкова. В работе «Концепт» в философии языка и в когнитивной лингвистике ученый пишет о том, что «термины «концепт» и «понятие» являются дублетами, так как русское «понятие» представляет собой кальку латинского слова «концепт» (conceptus)» [Демьянков 2007:26]. Более того, исследователь пишет о том, что концепт реализуется в понятии (Там же).

Вслед за В.И. Карасиком и И.А. Стерниным определим концепт как **«принадлежность сознания человека, глобальную единицу мыслительной деятельности, квант структурированного знания»** [Карасик, Стернин 2007:7].

Обратимся к термину «картина мира». Термин появился в физике в конце XIX - XX веков, а уже с 60-годов XX века проблема картины мира стала рассматриваться в рамках семиотики при изучении «первичных моделирующих систем (языка) и вторичных систем (мифа, религии, фольклора, поэзии, кино, живописи, архитектуры)» [Маслова 2012:36].

В.А. Маслова называет картину мира «реальностью человеческого сознания» и синонимически соотносит с «глобальным образом мира» (Там же).

Н.Н. Гончарова под картиной мира в философии, лингвистике, психологии понимает представления о мире, отраженные в человеческом сознании» [Гончарова 2012:396].

Отметим что в работах вышеупомянутых авторов «картина», «модель» и «образ» используются как синонимичные. Мы полагаем, что «картина мира» (КМ) шире, чем «образ мира» (ОМ). ОМ представляется составной частью КМ. «Модель мира» включает в себя ОМ и КМ, которые участвуют в одном умственном процессе.

Немецкий философ М. Хайдеггер рассматривает картину мира как «сущностное понятие, означающее не картину, которая изображает мир, а мир, понятый как картина» [Хайдеггер 1993:265]. Ученый утверждает, что:

- а) человек изображает мир как картину;
- б) человек понимает мир как картину;
- в) мир превращается в картину;
- г) человек покоряет мир как картину (Там же).

Для М. Хайдеггера проблема формирования картины мира связана с мировоззрением, ведь если «мир становится картиной, позиция человека понимается как мировоззрение» (Там же).

Картина мира представляет собой метафорически обозначенное отражение мира сознанием. Так как каждая составляющая мира может стать предметом концепта, то картину мира можно определить как совокупность концептов.

Если концепты объединяются в концептосферы, которые представляют собой «множества концептов, относящихся к определенным участкам мира, отраженным сознанием» [Болдырев 2001:30], то картину мира можно определить как совокупность концептосфер.

Таким образом, можно определить картину мира как, а) результат духовно-практической деятельности человека; б) ценностно-познавательное единство, так как картина мира не только отражает мир в сознании, но и выступает составляющей продуктивного мышления; в) синтез знания, который задает его композиционное строение, обуславливающее соотношение главных и второстепенных элементов.

На сегодняшний день выделяют концептуальную картину мира (ККМ), опосредованную языком, и языковую картину мира (ЯКМ), которая находится внутри самой системы языка.

Языковая картина мира – это результат взаимодействия мышления, познаваемого мира и языка. Она включает в себе вербализованную часть сложившихся в сознании человека представлений о мире (натурфактах, артефактах, биофактах и т.д.) и вбирает себя сведения о системе языка и правилах, существующих в нем. Языковая картина мира – это важная составляющая часть общей модели мира в голове человека, интегрированная в некое целое и помогающая ему в его дальнейшей ориентации при восприятии и осознании мира [Кубрякова, Демьянков, Панкрац:1996].

Концептуальная картина мира, т.е. то, каким себе рисует мир индивид, в отличие от языковой картины мира – феномен более сложный и богатый. Е.С. Кубрякова определяет языковую картину мира как «часть концептуального

мира человека, которая имеет «привязку» к языку и преломлена через языковые формы» [Кубрякова 2003:5].

По мнению З. Д. Поповой и И.А. Стернина, концептуальная картина мира является «совокупностью концептосферы и стереотипов сознания, которые задаются культурой» [Попова, Стернин 2007:52]. В сознании каждого человека когнитивная картина мира системна и зависит от восприятия и осмысления индивида окружающей действительности.

Под языковой картиной мира исследователи понимают «совокупность зафиксированных в единицах языка представлений народа о действительности на определенном этапе развития народа, представление о действительности, отраженное в значениях языковых знаков – языковое членение мира, языковое упорядочение предметов и явлений, заложенная в системных значениях слов информация о мире» [Попова, Стернин 2007:54].

Итак, ЯКМ формируется законами языка, ККМ – законами окружающего мира. Для ЯКМ главным является семантическое поле, в то время как для ККМ – константы сознания. В основе ККМ – информация, содержащаяся в понятиях, в основе ЯКМ – знания, закрепленные в семантических категориях, семантических полях.

Необходимо отметить, что одним из важнейших является понятие культуры. Как известно, насчитывается более тысячи определений этого центрального для многих научных областей понятия. Обращаясь к книге Ю.С. Степанова «Константы. Словарь русской культуры» обнаруживаем, что данный исследователь определяет культуру как «совокупность концептов и отношений между ними» [Степанов 2004: 41]. Это означает, что концепт является категорией меньшей чем культура, является её составляющей.

Д.Н. Узнадзе в своей работе «Выработка понятий в дошкольном возрасте» отмечает, что «слово служит средством взаимного понимания людей. При образовании понятий именно это обстоятельство играет решающую роль; при необходимости установить взаимопонимание

определённый звуковой комплекс приобретает определённое значение: он становится, таким образом, словом или понятием. Без этого функционального момента взаимного понимания никакой звуковой комплекс не мог стать носителем какого-либо значения и не могло бы возникнуть никакое понятие» [Узнадзе 1966: 105].

Данная работа не ставит целью глубокий анализ этих терминов, ограничимся тем, что концепт является лексемой научного дискурса, и в этой связи употребление именно этого термина наиболее предпочтительно, хотя, тем не менее, в тексте может встречаться термин «понятие», который, в свою очередь будет использован либо а) с целью указания на составляющую изучаемого концепта (то есть как субкатегория, входящее в семантическое поля изучаемого концепта) либо б) как синоним термина «концепт» при цитировании авторов, которые изучали ментальные репрезентации, но, по ряду причин, не использовали термин «концепт».

### **1.1.2. Подходы к изучению концепта**

Существует множество подходов к изучению концептов. В данном разделе будет содержаться информация о некоторых из них, а также будут приведены примеры изучения разных концептов, их теоретические и методологические особенности.

Так как фокус внимания лингвистов сдвинулся от структуралистского подхода и сциентистской модели к антропоцентризму, живое человеческое общение стало предметом исследования лингвистики и прочих междисциплинарных отраслей знания – лингвокультурологии, психолингвистики, социолингвистики и т.д.

Как пишет В.И. Шаховский «лингвистика осознала, что люди общаются не словами, не словосочетаниями, не текстами, а образами-картинками. Когда люди говорят друг с другом, они транслируют своё миропонимание в образах и картинках и индуцируют соответствующие образы у своего

коммуникативного партнёра» [Шаховский 2019: 33]. «Образы-картинки» есть не что иное, как укоренившиеся в сознании людей концепты, сформировавшиеся под влиянием культурных, исторических и психологических факторов.

В когнитивной лингвистике под концептом понимается «оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике». Концепты выступают как единицы хранения человеческого знания, мыслительное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределённое множество предметов одного и того же рода.

Концепт репрезентируется в языке следующим образом: готовыми лексемами и фразеологическими сочетаниями из состава лексико-фразеологической системы языка, паремиями, свободными словосочетаниями, структурными и позиционными схемами предложений, несущими типовые пропозиции (синтаксические концепты), текстами и совокупностями текстов (при необходимости экспликации или обсуждения содержания сложных, абстрактных или индивидуально-авторских концептов).

Д.С. Лихачев в работе «Концептосфера русского языка» опирается на положения, изложенные С.А. Аскольдовым. Тем не менее Д.С. Лихачев утверждает, что концепт существует не для самого слова, а для каждого словарного значения слова отдельно. Ученый предлагает рассматривать концепт как алгебраическое выражение (алгебраическое обозначение) значения, используемое в речи [Лихачев 1997].

По мнению Д.С. Лихачева, человеку достаточно трудно выразить значение полностью, и каждый индивид трактует его по-своему [Лихачев 1997:280]. Заместительная функция дает возможность преодолевать трудности в понимании слов между собеседниками.

Отметим, что Д.С. Лихачев рассматривает концепт не только с лингвистической точки зрения, ученый указывает на взаимосвязь концепта с

культурой. Так, культурный опыт человека влияет на богатство концептов, а именно насыщенность концептосферы напрямую связана с разнообразием ассоциаций, оттенков в сознании каждого индивида. В такой трактовке термина взгляды Д.С. Лихачева сходятся с позицией Ю.С. Степанова, рассматривающего концепт в неразрывной связи с культурой.

Ю.С. Степанов утверждает, что концепт – это «сгусток культуры в сознании человека, то в виде чего культура входит в его ментальный мир». И, с другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» [Степанов 1998:50]. Обращаясь к истории концептов, Ю.С. Степанов заявляет, что в концептах складываются возникшие в разные эпохи идеи, при этом значимую роль играют ассоциации.

Д.С. Лихачев и Ю.С. Степанов имеют общий взгляд на то, что расшифровать культурный концепт можно разными способами, это связано с культурным уровнем того или иного концептоносителя.

При изучении концептов важно выделять ядро и периферию концепта, субконцепты и дискурсивные практики, в которых тот или иной концепт актуализируется. Как отмечает С.Г. Воркачев «немаловажным аспектом изучения концептов является их топология: определение и описание бытования этих ментальных сущностей при функционировании в основных областях общественного сознания (в научном, обыденном/языковом, религиозном и пр. сознании), частично совпадающих с типами дискурса» [Воркачев 2004: 7].

В.И. Карасик пишет, что «методика изучения культурных доминант в языке представляет собой систему исследовательских процедур, направленных на освещение различных сторон концептов, а именно смыслового потенциала соответствующих концептов в данной культуре.

Собственно лингвистическое исследование культурных доминант осуществляется в виде наблюдения и эксперимента (сплошная выборка

лексических и фразеологических единиц, а также прецедентных текстов из словарей, сборников пословиц и афоризмов, текстов художественной литературы, газет и т.д., с одной стороны, и интервьюирование носителей языка, разработка анкет, включающих различные оценочные суждения, связанные с определенными предметными областями, с другой стороны)» [Карасик 2001: 118].

Далее у этого же исследователя можно найти поэтапное описание исследования концепта. «Первый этап – анализ лексического значения и внутренней формы слова, репрезентирующего концепт. Второй этап – выявление синонимического ряда лексемы-репрезентанта концепта. Третий этап – описание способов категоризации концепта в языковой картине мира. Четвёртый этап – определение способов концептуализации как вторичного переосмысления соответствующей лексемы, исследование концептуальных метафор и метонимии. Пятый этап – исследуются сценарии. Сценарий – это событие, разворачивающееся во времени и/или пространстве, предполагающее наличие субъекта, объекта, цели, условий возникновения, времени и места действия. Такое событие обусловлено конкретными причинами, послужившими его появлению» [Карасик, Стернин 2005: 18].

Как видим, учёные выделяют разные группы концептов и разные их классификации.

1. С.А. Аскольдов (Алексеев) выделяет художественные и познавательные концепты, отмечая про первых присуща эмоционально-эстетическая составляющая в то время как познавательные концепты связаны с рациональной работой мозга.

2. Ю.С. Степанов классифицирует концепты как рамочные понятия и концепты-понятия с плотным ядром.

3. В.И. Карасик предлагает специализированные этнокультурные и социокультурные концепты, неспециализированные концепты, универсальные концепты,

параметрические и непараметрические ментальные образования, регулятивные концепты (счастье, долг, щедрость), нерегулятивные концепты (путешествие, подарок, здоровье).

4. А.П. Бабушкин и ряд зарубежных исследователей разделяют концепты на мыслительные картинки, фреймы, сценарии, схемы, калейдоскопические и логически структурируемые концепты.

5. М.В. Пименова предлагает классификацию, где присутствуют базовые концепты, концепты-дескрипторы, размерные концепты, качественные концепты, количественные концепты, концепты-релятивы.

6. И.А. Стернин выделяет одноуровневые, многоуровневые и сегментные концепты.

А.Д. Кошелев даёт свое объяснение концепта, схожее с идеями Л.С. Выготского. Он рассматривает концепт как «пары «Образ ← Функция», объединённые отношением пространственного совмещения (функция принадлежит образу, локализована в нём), – становятся элементарными «молекулярными» единицами, выражающими **осмысленные фрагменты действительности**. Объединяясь посредством различных бинарных отношений (предикативного, адъективного и др.), эти осмысленные фрагменты складываются, подобно трёхмерному пазлу, в универсальное человеческое представление видимого мира» [Кошелев 2019: 24].

Особого внимания заслуживает идея этого исследователя о концепте и его частях: «функция объекта равна сумме функций его частей» и «зная функции частей, можно определить функцию целого объекта» (там же) может быть использована для изучения концептов не только базовых. А.Д. Кошелев отмечает, что среди частей всегда есть та, которая вносит наибольший вклад, иными словами ядро концепта. Например, концепт NAME, частью которого является reputation (репутация), состоит также из многих других частей.

Доказательством того, что reputation является частью name может послужить конструкция с предлогом of:

*The reputation of the name* (репутация имени)

Так, генитив показывает принадлежность *Y of X*. Некорректным будет сочетание *the name of the reputation* (имя репутации).

При изучении концептов необходимо обращаться к значениям, важность этого научной точки зрения подчёркивает А. Вежбицкая: «язык – это инструмент для передачи значения. Структура этого инструмента отражает его функцию, и только в свете этой функции он может быть понят надлежащим образом. Исследовать язык, не обращаясь к значению, это всё равно, что изучать дорожные знаки с точки зрения их физических характеристик [...] или же изучать структуру глаза, не говоря ни слова о зрении» [Вежбицкая 1999: 3].

Каждая его часть функционирует определённым образом в тексте и социолингвистическом пространстве. Анализ частей может внести большой вклад в понимание данного концепта, что будет видно из главы 2.

Подводя итог, можно сделать вывод о множественности подходов к изучению и анализу концептов. В силу своей комплексности и подвижности, концепт является непростым для изучения предметом. Для целей данного исследования наиболее адекватным представляется комплексный подход с использованием ряда методик с целью получения валидных данных.

### **1.1.3. Структура концепта**

Концепт понимается и интерпретируется по-разному, имеется множество подходов к пониманию структуры концепта. Данный вопрос обсуждается учёными, имеются разные точки зрения.

По мнению Ю.Е. Рыбакина, сконструировать структуру концепта едва ли возможно, так как в концепте есть несколько слоёв. Автор упоминает следующие: этимологический, актуальный, ядро, периферия [Рыбакин 2009].

С этим мнением соглашается В.А. Маслова, отмечая что концепт обладает сложной структурой, так как к ней, «с одной стороны, относится всё, что принадлежит строению понятия, а с другой – в структуру концепта включается то, что делает его фактом культуры, а именно исходная форма, или этимология, сжатая до основных признаков содержания истории; ассоциации; оценки, коннотации» [Маслова 2004: 41].

В.А. Маслова выделяет следующие составляющие концепта:

- а) общечеловеческий (универсальный);
- б) национально - культурный, зависящий от жизни человека в определенной культурной среде;
- в) социальный, объясняющийся принадлежностью человека к определенному социальному слою;
- г) групповой, обусловленный принадлежностью индивида к возрастной и половой группе;
- д) индивидуально-личностный, основывающийся на личностных качествах индивида (образование, воспитание, личный опыт).

Автор представляет концепт в виде круга, где основное понятие (ядро концепта) находится в центре, а все привнесенное культурой, традициями, личным опытом – на периферии. Ядро – «словарные значения той или иной лексемы» [Маслова 2004:58]. Благодаря материалам толковых словарей ученые могут раскрыть содержание концепта, выявить специфику его языкового выражения. Периферия – «субъективный опыт, различные прагматические составляющие лексем, коннотации и ассоциации» (Там же).

Ряд учёных (З.Д. Попова [Попова 1999], Н.Н. Болдырев, В.В. Колесов) проводят параллель между концептом и облаком, снежным комом или

основополагающим элементом смысла. В большинстве подобных метафор просматривается идея уровней (слоев) концепта. Вышеуказанные авторы отмечают, что концепт состоит из компонентов, и в его структуру входят признаки, которые соотносятся с каждым из компонентов.

К ядру концепта, по мнению В.Г. Токарева, относятся его исчерпывающие характеристики, наиболее наглядные и яркие чувственно-образные составляющие. Благодаря ядерной части концепта обеспечивается коммуникация, так как внутри одной социокультурной группы её представители имеют одинаковые образы, составляющие ядро концепта [Токарев 2002].

Образы могут подкрепляться как конкретными вещественными явлениями, взятыми из реального мира, которым приписываются те или иные признаки, референтные для данного концепта, или же абстрактные понятия, выраженные, например, фразеологическими единицами. Этим обусловлена важность изучения фразеологического фонда при анализе и изучении концептов [Гаспаров 1996]. М.М. Ангелова образно изображает концепт как круг, в его центре – устойчивые компоненты, его ценностная составляющая [Ангелова 2004].

В процессе коммуникации концепт наращивает вторичные смыслы, это происходит ввиду того, что на всех уровнях (индивидуально-личностный, уровень социальной группы, социального института, страты, представителей разных культур и субкультур, разных социокультурных традиций и лингвокультур) коммуниканты вкладывают индивидуальные смыслы, трактовки, подвергают переосмыслению элементы концепта, что формирует его периферию [Попова 2001].

Ю.С. Степанов говорит о трех слоях концепта. Ученый выделяет 1) активный слой (основной признак, известный каждому носителю культуры и значимый для него, 2) пассивные слои – дополнительные признаки, актуальные для отдельных групп носителей культуры, 3) внутреннюю форму

концепта (неосознаваемую в повседневной жизни, известную лишь специалистам, но определяющую внешнюю, знаковую форму выражения концептов [Степанов 2001:48].

В.И. Карасик и Г.Г. Слышкин полагают, что выделенные Ю.С. Степановым слои концепта «следует рассматривать как отдельные концепты различного объема, а не как компоненты единого концепта» [Карасик, Слышкин 2005:77]. Активный слой, по мнению ученых, «входит в общенациональный концепт, пассивные слои относятся к концептосферам отдельных субкультур, а внутренняя форма концепта для большинства носителей культуры является не частью концепта, а одним из детерминирующих его культурных элементов» [Карасик, Слышкин 2001:77–78].

В.И. Карасик и Г.Г. Слышкин отмечают, что концепт состоит из трех компонентов: ценностного, фактуального и образного [Карасик, Слышкин 2001]. Ценностный компонент является центральным, так как концепт необходим для изучения культуры. Фактуальный (понятийный) компонент хранится в сознании в вербальной форме. По этой причине он воспроизводится в речи непосредственно. Образный компонент невербален, его можно только описать (Там же).

М.В. Пименова отмечает, что в концепт входят все признаки, вся совокупность признаков объекта или предмета, что делает его идентифицируемым в картине мира [Пименова 2013].

Исследователь пишет о том, что структура концепта формируется шестью классами признаков:

- а) мотивирующим признаком слова – репрезентанта концепта;
- б) образными признаками;
- в) понятийными признаками, объективированными в виде семантических компонентов слова – репрезентанта концепта, и синонимами;

г) ценностными признаками в виде коннотаций и в сочетаниях со словом – репрезентантом концепта;

д) функциональными признаками, которые отражают функциональную значимость референта, скрывающегося за концептом;

е) символическими признаками, выражающие сложные культурные понятия, например, мифы, закрепленные за словом – репрезентантом концепта. [Пименова 2007:16].

Итак, исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что большинство учёных соглашаются с идеей о наличии в структуре концепта ядра и периферии, что легло в основу концептуального анализа, как метода изучения концептов.

## **1.2. Теоретические предпосылки исследования имени как социокультурного явления**

В настоящее время имеется большое количество исследовательских трудов, связанных с изучением имени. Имя – это величайшее чудо социума и вечная проблема философии. Имя – это и социокультурный знак, предписывающий формы общения, социальной жизни, способы социализации. Имя – это своего рода способ самоосознания и самопонимания, пароль для общения.

Имя является важнейшим феноменом социокультурной жизни большинства народов. Имя – это социальный знак, при помощи которого можно ранжировать индивидов.

Отметим, что в лингвистике существует особый раздел – ономастика – занимающийся изучением имён. В рамках этого направления, под влиянием критического дискурс анализа (Critical Discourse Analysis) Т. Ван Дейка (Teun van Dijk) сформировалось направление ономастического дискурс анализа (The Onomastic Discourse Analysis) [Mariusz Rutkowski, Katarzyna Skowronek 2010].

Наряду с тем, как критический дискурс анализ ставит задачу анализа связи социума, дискурса и текста, актуализации идеологических, политических и прочих идей в языке, ономастический дискурс анализ делает попытку выявить функционирование имён в тексте, их социальный, идеологический, исторический, территориальный контекст, то как они отражают идеологический и социально-культурные практики, отражают социальный условия, реализуют дискурсивные стратегии и проч. [Rutkowski, Skowronek 2019].

Мы полагаем, что в отношении «имя – человек», человек является причиной имени. Известно, что на Руси имя ребёнка давали уже после рождения во время крещения. В племенах индейцев и аборигенов имя давалось после рождения и, так как они мыслили себя частью природы, имя тоже было схоже с названиями природных явления. Позже люди стали придумывать имена для своих будущих детей до их рождения, отчасти в силу ослабления религиозной традиции и для удобства оформления документов.

При наличии имени человек становится определённой частью мира, появляется его уникальный «код» в системе обозначения всего вокруг. В данной связи отсутствие имен у рабов, наличие номеров у заключённых является доказательством необходимости его наличия. Без имени происходит обезличивание, человек как бы теряет свои уникальные характеристики [Pelczar, Rainsbury 1998].

Человек постоянно размышляет над именем как над объектом сознания, с другой стороны имя обладает субъективностью. По этой причине можно рассматривать имя как субъект-объектную реальность. Имя субъективно, так как существует в живой разговорной речи благодаря носителю и в носителе. Имя объективно, потому что существует помимо своего носителя. Имя героя, правителя, известного человека живет уже само по себе. Народ выбирает выдающуюся сторону жизни героя, отказываясь принимать во внимание другие, не столь знаменательные периоды его жизни. Имя объективно потому,

так как его заносят в официальные документы, так что имя живет и переживает своего носителя. Такие документы дают знания о времени, в котором жил носитель имени.

Среди зарубежных учёных особое внимание данному вопросу уделяли: Ф. де Соссюр («Труды по языкознанию», «Заметки по общей лингвистике», «Курс общей лингвистики»), Э. Бенвенист («Общая лингвистика»), Р. Барт («Избранные произведения»), Ж. Деррида («Эссе об имени»).

Имя сводится Ф. де Соссюром к языковому знаку [Соссюр 1990,1977, 1933]. Э. Бенвенист изучает первоначальный смысл имени. И поэтому он занимается лингвистическими исследованиями имен [Бенвенист 1974,1995]. Р. Барт полагает, что имя, как и любое духовное образование, властвует над человечеством, поэтому власть необходимо преодолеть [Барт 1989]. Ж. Деррида заключает, что имя – это позиция, занимаемая человеком в мире, его место [Деррида 1998].

Многие русские исследователи уделяли внимание вопросам, связанным с именем, среди них стоит упомянуть следующих учёных: Флоренский П.А. («Имена»), Лосев А.С. («Имя»), Булгаков С.Н. («Первообраз и образ»), Степанов Ю.С. («Язык и метод»), Лахути Д. («Философская энциклопедия») и другие.

П.А. Флоренский, представитель религиозно-философского направления, считает, что имя является устойчивым фактом культуры, так как новые имена не придумываются, а берутся из уже имеющейся совокупности имён, а значит, им присущи некие культурно-специфические характеристики. Он делает акцент на духовной сущности имени и его функционировании в литературном тексте [Флоренский 1993].

А.Ф. Лосев в своих трудах, посвящённых философии имени, размышляет о необходимости имени Бога как основы веры. Имя понимается в глубоко религиозно-философском контексте. Ученый подчёркивает особую

значимость имени, как «местопребывания божественной энергии» [Лосев 1997].

С.Н. Булгаков вторит вышеупомянутым авторам, считая имя связью человека с Богом и объективным выражением себя в мире [Булгаков 1999].

Зарубежная традиция изучения вопросов имени относит нас к Людвигу Витгенштейну. Л. Витгенштейн замечает, что имя означает объект, а объект, в свою очередь, обозначает имя, отсюда следует что имя должно быть знаком объекта и оно представляет его в логическом пространстве. Его главная функция – это употребление имени, а не тот предмет, к которому оно относится [Wittgenstein 1953].

С.А. Крипке (Kripke S.A.) развивал поздние идеи Л.Витгенштейна. В своей монографии «Наименование и необходимость» («Naming and Necessity») он обращает внимание на необходимость утверждения идентичности того, что называется «именами» [Kripke 2001]. Идея Крипке о жёстких десигнаторах заключается в том, что его концепция имени подразумевает обозначение одного и того же объекта во всех возможных мирах, в которых этот объект существует. Ряд авторов (Е.В. Борисова, Д.В. Анкин, В.А. Суровцев) критикуют данный подход, ставя под сомнение предопределённость имён [Борисов, Ладов 2019].

Существует три основных решения проблемы имён в философии языка:

1. Дескриптивистская теория имён (Бертран Рассел, Готтлоб Фреге и др.) [Russell 1956].
2. Причинная теория (Сол Крипке, Хилари Патнэм и др.) [Putnam 1975].
3. Металингвистический подход (Кент Бах, Джеррольд Кац и др.).

Дескриптивистская, или описательная, теория, гласит, что для каждого имени собственного есть набор описаний, по которым его можно определить.

Сторонники причинной теории не соглашаются с такой точкой зрения, выдвигая тезис о жёстких десигнатах, изложенный выше. Металингвистический подход гласит, что необходимым и достаточным условием является интенционал (качества или свойства, составляющие внутреннее содержание слова или термина, его сигнификацию [Ахманова 1966: 179] свойства имени, и нет необходимости в определении референции.

Можно выделить следующие функции имени:

а) идентификационная, отражающая тождественность индивида с самим собой;

б) дифференцирующая, выделяющую человека среди других в обществе;

в) пожелательная, закладывающая желаемые качества имени;

г) познавательная, представляющая историкокультурную среду, в которой появилось имя;

д) ценностная, имеющая отношение к степени общественной значимости носителя имени;

е) функция социального знака, т.е. сигнификации;

ж) охранительная [Шенкао 2002].

Как видим, имя «представляет собой аккумулятор культуры, становясь социокодом в хранилище коллективной памяти и средством трансляции культуры» [Махлина 2009:47]. Эволюция имени, диалектика его трансформации и неповторимости сопряжены с социально-культурным развитием. Из этого следует, что имя исторично, оно зависит от социально-культурной ситуации.

Обращаясь к семантике, стоит обратиться к точке зрения Дж. Катца и Дж. Фодора, которые считают, что понимание значение лексемы «name» возможно по той причине, что происходит раскодировка семантических

смыслов, который говорящий закладывает в неё, что и является признаком успешной коммуникации [Katz, Fodor 1963].

Завершая данный раздел стоит отметить, что вопросы имени и именования интересовали учёных и мыслителей различных философских направлений. С.Н. Булгаков понимает имя как соединение вселенского логоса и христианства. У А.Ф. Лосева проблема имени решается через диалектику имени и сущности. П. А. Флоренский убежден, что сила имени заключается в его энергичности, исходящая от Бога, т. е. тем самым ученый соединял воедино философию, богословие и естествознание.

Таким образом, имя является предметом обсуждения философско-религиозной мысли, логики, лингвистики и прочих наук.

### **1.2.1. Имя как предмет исследования**

В предыдущих разделах были рассмотрены вопросы, связанные с предпосылками изучения концептов, концептом как самостоятельной единицей изучения и подходами к изучению данного лингвокультурологического явления. Прежде чем мы перейдём к главе 2, в данном разделе будут освещены вопросы, касающиеся имени как предмета исследования.

В первую очередь стоит отметить, что в концепте NAME содержится две основные идеи: идея называния чего-либо и идея имени собственного. Это одновременно усложняет и делает нетривиальным изучение этого концепта, и логически разделяется на два закономерных вопроса: каким образом происходит номинация объектов окружающей действительности и именаречение человека как части окружающей его реальности.

В свою очередь отсюда вытекает ещё ряд вопросов: в какой момент появляется понимание того, что всё окружающее имеет категорию имени, то есть человек осознаёт, что все произносимые им слова суть имена? Роль имени в историческом, социальном, культурном процессе развития человечества?

Имя как средство изменения текста. Имя и дискурс. В данной работе предпринимается попытка рассмотрения данного концепта в более узком фарватере. Рассмотрим имя как номинацию и имя как имя собственное.

Как пишет Л.С. Выготский: «в том, что принято называть значением слова, необходимо различать два момента: значение выражения в собственном смысле и его функцию – в качестве названия относиться к тому или иному предмету, его предметную отнесённость» [Выготский 2019:252]. Отсюда ясно, что, говоря о значении слова, необходимо различать значение слова в собственном смысле и заключённое в слове указание на предмет» (Там же).

Примечательно, что, имея дело с именами, предметная отнесённость должна называться скорее не предметной, а личностной, так как имя является, своего рода, названием конкретного человека. Стоит отметить, что говорящие имена отчётливо содержат в себе обе эти составляющие в наиболее гротескном виде, за счёт чего и возникает желаемый эффект.

Так как человек вновь стал «мерилом всех вещей» и центром изучения, представляет особый научный интерес изучение концепта NAME, потому что имя ассоциируется в первую очередь с человеком. Однако возникает закономерный вопрос, что стоит вначале, имя, т.е. NAME, или же человек?

Как известно из истории, имена и титулы имели люди, принадлежавшие к высшим сословиям, крестьяне зачастую либо не имели имён, либо же имели прозвища без фамилий и отчеств.

Ещё в древнегреческие философы говорили о значимости имени. Возможно, изучая концепт NAME мы приоткрываем завесу тайны того, каким образом человек мыслит себя, что есть имя как глубинное концептуальное явление человеческой жизни.

Л.С. Выготский в своем труде «Мышление и речь» пишет о том, что связь между словом и ассоциацией является двусторонней и проводит параллель с пальто, которое может напомнить о человеке или же человек о

пальто [Выготский 2019]. Стоит отметить, что это сравнение как нельзя лучше подходит к концепту NAME.

Необходимо сказать, что NAME в английском языке есть не то же, что «имя» в русском. Так в русском языке «имя» ассоциируется скорее с человеком. Носитель русского языка вряд ли скажет «какое имя у этой книги», в то время как английское «what is the name of this book» звучит вполне естественно. Исходя из этого можно предположить, что NAME является концептом, включающим в себя большее количество возможных вариантов употребления, и, следовательно, имеет более широкое коннотативное поле.

В этой связи считаем логичным дать определение культурной коннотации. Коннотация – это то, каким образом интерпретируется тот или иной знак в зависимости от времени эпохи и культурного пространства. Об этом подробно пишет В.Н. Телия. Автор рассуждает о коннотации как о связующем звене между языком и концептами культуры, говоря о том, что она также является инструментом для изучения того, как они взаимодействуют (Телия 1996).

А.Д. Кошелев определяет концепт как «элементарную содержательную когнитивную единицу» [Кошелев 2019:38]. Несмотря на то, что по классификации этого автора, концепты базового уровня – это пространственные объекты (Там же), концепт NAME с точки зрения социолингвистического подхода тоже является базовым хотя бы по той причине, что ребёнок, в процессе усвоения языка и научения первичной элементарной коммуникации начинает отождествлять себя с собственным именем и учиться представляться: «I am \*NAME\*» или «My name is \*NAME\*».

Представляет особый интерес рассмотрение концепта NAME с точки зрения категории. Как известно существует три основных подхода к категоризации:

1. Классический (восходит к Аристотелю). В основе этого подхода лежит идея о границах и существенных признаках того, что входит в ту или иную категорию.

2. Принцип «семейного сходства» (Л.Витгенштейн). Открытые категории.

3. Прототипический подход (Э. Рош). В основе лежит идея прототипа как типичного представителя категории.

NAME как категория с одной стороны подходит под описание всех этих трёх подходов. Существенный признак может быть обнаружен благодаря словарной статье:

*name* – *what someone is called* (Longman Dictionary of Contemporary English)

Принцип «семейного сходства» так же применим, так как английское «name», включает в себя как имя, так и название. Что касается прототипического подхода, если рассматривать имя как «название» человека, то, скорее всего, в каждой лингвокультуре будет иметься типичное женское или мужское имя, а также типичное имя для героя художественного произведения, пословиц и поговорок, типичное имя, которым родители называют детей в те или иные периоды времени и т.д. Из этого следует, что NAME является сверхконцептом, покрывающим множество категорий.

Н.Д. Арутюнова подчёркивает, что «отношения между словом и объектом осмысляются говорящими в терминах названия, называния, имени независимо от того, имеется ли в виду значение слова или только именование. Вопрос «Как это называется?» может относиться и к собственному имени, и к характеристике явления. Если же речь идёт о лице, то используется апеллятивный глагол: «как тебя зовут?» [Арутюнова 1998: 112].

Рассуждая о семантической специфике имён лица и имён предметов, Н.Д. Арутюнова отмечает, что для идентификации предмета сообщения используется три категории имён лица – имя собственное, имя реляционное и

им функциональное. Ссылаясь на J.R. Searle, исследователь пишет, что «недооценённое прагматическое удобство собственных имён состоит в том, что они дают возможность говорить о ком-либо, заранее не договариваясь, какие именно свойства должны обеспечивать идентичность референта» [Арутюнова 1991:63].

С этим, однако, можно поспорить, приведя в пример имена собственные, которые, в силу исторических, культурных и прочих причин приобрели определённый коннотативный оттенок. Примерами могут послужить имена некоторых политических деятелей: Цезарь, Адольф Гитлер, где имя Адольф уже несёт определённую коннотативную нагрузку и вызывает соответствующие эмоции.

Имена домов мод, наречённые их основателями – Армани, Версаче и проч. При упоминании этих имён говорящий, как правило, наделяет описываемый предмет свойствами, которые связываются с этими именами – высокий статус, роскошь, престиж, дороговизна и др. В этой связи лингвоконцептуальный подход к анализу концепта NAME представляется весьма актуальным.

Неоднозначность проблемы имён собственных отражается в работе С. Камминга, который отмечает, что «имена собственные - это знакомые выражения естественного языка, семантика которых остается предметом споров. Имеют ли имена значение или они просто относятся к определенным вещам, причем эта ссылка не опосредована значением?» [Cumming 2019:2].

О. Матюшанский считает, что «синтаксис конструкций именования таков, что имена собственные необходимо анализировать как предикаты, в содержании которых упоминается само имя» [Matushansky 2009:573].

С другой стороны, стоит обратить внимание на то, что концепт NAME, при обращении к словарной статье, будет иметь в себе составляющую, связанную и с именем, приобретённым в обществе, титулом. Следовательно,

титул является частью объективной реальности и существует вне зависимости от того, существует ли у него реальная репрезентация в мире или нет.

Данные отношения можно рассмотреть с точки зрения семиотического подхода. Имя выступает знаком, у которого предположительно имеется денотат. Однако, если отойти от имён собственных, непременно приходящих на ум при осмыслении концепта NAME, и взять за основу анализа именно концепт как таковой, то NAME, будет скорее символом, так как символ, по мнению С.С. Аверинцева, это образ, который выходит за свои границы, и имеет смыслы, которые лежат вне него [Аверинцев 2001]. Именно эти смыслы и представляют интерес для изучения.

При изучении концепта NAME мы будем ориентироваться на методологию, предложенную А. Вежбицкой, которая поясняет как можно обосновать утверждение, что то или иное слово является одним из «ключевых слов» некоторой культуры. Она предлагает следующее:

а) «изучаемое слово является общеупотребительным, а не периферийным;

б) часто используется в какой-то одной семантической сфере, например, эмоции или моральные суждения;

в) слово находится в центре фразеологического семейства;

г) часто встречается в пословицах, изречениях, популярных песнях, названиях книг и т.д.» [Вежбицкая 2001: 83].

Итак, было представлено несколько подходов к имени как предмету изучения: имя как «называние объекта» и имя как «имя собственное». Безусловно, данный концепт требует более детального рассмотрения, что представлено в главе 2.

### 1.2.2. Историческое развитие системы английских имён

Имя является не только лингвистическим, но и лингвокультурным предметом изучения. Существуют разные традиции именованности в зависимости от той или иной культуры. Ономастический разряд, содержащий имена людей, называется антропонимом.

Изучением вопросов, связанных с именами, занимается особый раздел лингвистики – ономастика. Ряд авторов (W.v.Langendonck, M.v.d.Velde, S.Nystrom, E.d.Stefani) выделяют некоторые важные грамматические и семантические характеристики имён собственных:

1. Отсутствие артикля
2. Наличие уникального денотата
3. Они являются наиболее прототипической именной категорией и стремятся к единственному числу.

Авторы предлагают типологию имён собственных:

1. Связанные с формой
2. Связанные с денотатом-носителем имени
3. Эмотивные (с увеличительными или уменьшительными суффиксами)
4. Связанные с метонимическими переносами (имя художника – название картины) [Hough 2016].

Так как имя само в себе содержит категорию конкретности, перед ним в английском языке не ставится определённый артикль the. И несмотря на то, что, например, людей с именем Джон (John) может быть много, артикль всё равно не требуется, так как предполагается, что Джон обладает уникальными «характеристиками» и его имя само по себе свидетельствует об этом.

Интересен тот факт, что в испанском языке, напротив, определённый артикль ставится перед именем, так как речь идёт именно об этом человеке, а

не о каком-либо другом с таким же именем. Этот грамматический аспект требует дальнейшего рассмотрения [Матюшанский 2008].

Согласно О.А. Леонович, английские личные имена состоят из «незначительного кельтского субстрата, значительного германского слоя и при огромном влиянии франко-норманнского суперстрата» [Леонович 2015:16].

При обращении к труду О.Л. Леонович «Введение в англоязычную ономастику» стоит отметить ряд важных историко-культурных событий, отразившихся на развитии системы английских имен. В пятом веке германские племена, наводнившие британские острова, имели собственную систему имён, где были только личные имена, сопровождавшиеся иногда прозвищами. Англосаксы относились к именам, как к чему-то магическому, имеющему волшебные свойства, и наделяющему его носителя особыми качествами. Следовательно, компонентом имени являлось слово, выражающее желаемое качество (славный, великолепный и т.п.).

Впоследствии, наблюдался переход от произвольного выбора имени в пользу комбинации имён родителей, что позволяло установить родовую связь и помогало в передачи наследства и прочих юридических вопросах. До Нормандского завоевания (1066 г.) значительную роль сыграли скандинавские имена. После Нормандского завоевания однотемные имена стали считаться крестьянскими. Затем древнеанглийские имена постепенно исчезают, уступая нормандской (французской) традиции.

К пятнадцатому веку укрепляется власть церкви, которая требует называть детей в честь канонизированных святых. При принятии духовного сана или пострижения в монахи допускалось изменение имени. В шестнадцатом веке происходит отделение пуритан от англиканской церкви. Их стремление подчеркнуть свою обособленность и сильные религиозные убеждения отразились на именах. Пуритане выбирали библейские личные

имена, которые до сих пор можно встретить в Англии (Samuel, Benjamin, Joseph, Jacob и др.).

В восемнадцатом веке возникает интерес к готике, в связи с чем возобновляется использование ряда древнеанглийских имён (Edgar, Alfred, Emma, Arthur, Matilda и др.) [Леонович 2015: 29].

Е.В. Курицкая отмечает, что «в двадцатом веке англичане стали популярны имена, названные в честь предметов и явлений окружающей действительности: Daisy (маргаритка), Amber (янтарь), April (апрель), Ruby (рубин). Некоторые имена были заимствованы из других языков: Anita (Анита – испанский), Angela (Анджела – итальянский), Michelle (Мишель – французский)» [Курицкая 2017: 97].

Итак, проанализировав исторический путь развития английских личных имён, можно предположить, что происхождение имён связано с историческими процессами в Англии. Личные имена происходят от древнеанглийских именных слов и библейских имен, от заимствований из других европейских языков, предметов и явлений окружающего мира, а также многие личные имена заимствованы из известных литературных произведений.

В настоящее время в обиходе британцев присутствуют как старые имена, подчёркивающие традицию, так и новые, влияние на которые имеют кинозвёзды и исполняемые ими персонажи, имена известных писателей, религиозных деятелей.

### **1.2.3. Культурно-специфическая традиция употребления английских имён**

Антропонимическая система каждого народа имеет свой собственный путь развития, характеризующийся той или иной временной продолжительностью и историко-культурной насыщенностью. Антропонимы высокоинформативны, так как отражают достаточно большое количество

общественно-экономических, культурных, религиозных и других факторов, повлиявших на историческую народа. Данная глава посвящена рассмотрению культурных особенностей употребления английских имён.

Имя (название) присуще человеку, следовательно, мы можем говорить о прочной ассоциативной связи. Если слово «стол» будет ассоциативно относить нас к некоему предмету, а «любовь» – к чувству, то «name» – в большинстве случаев к человеку. Name, или имя, можно сравнить со словом “word” (слово). Всё вокруг нас – слова, и всё – имена.

Представляется, что слово становится именем тогда, когда приобретает конкретные черты, характеристики и когда возникают психоэмоциональные ассоциации. Это видно на примере изучения иностранных языков. Процесс заучивания колонок новых слов, без привязки к ситуации или контексту, значительно затрудняет изучение языка. Известно, что слова, произнесённые или услышанные в ситуации общения, запоминаются намного быстрее. Это происходит именно благодаря тому, что в этот момент возникают прочные ассоциации.

Имена собственные имеют специфические функции и несут определённую информацию. А.В. Суперанская говорит о том, что имя собственное не только несёт информацию о человеке, но и о его национальной принадлежности [Суперанская 1958].

Интересно отметить, что некоторые люди «забывчивы на имена», при этом они не забывают другие названия предметов, объектов или явлений. Возможно, это происходит по той причине, что в мышлении этого человека ассоциативная связь между именем и другим человеком недостаточно прочная, так как вновь узнанное имя является просто словом.

Имя, как правило, несёт в себе некоторые свойства. До тех пор, пока не выстроится чёткая ассоциативная связь между свойствами и именем, возможны некоторые сбои в его запоминании. Свойства имени человека содержится в составляющей, которая называется «репутацией». Репутация

обеспечивает ассоциативную связь между именем и человеком, или компанией, что актуализируется в словосочетании «доброе имя» (a good name).

Отличительной чертой английский имён является наличие среднего имени (middle name). Ребенку при рождении даётся два имени: личное имя (first name) и среднее имя (middle name). У человека может быть от 2-х до 4-х средних имен: Джон Рональд Руэл Толкиен (John Ronald Reuel Tolkien), Артур Игнейшус Конан Дойл (Arthur Ignatius Conan Doyle). В роли средних имен могут выступать не только личные имена, но и топонимы и т.д. Роль средних имён заключается в дополнительной идентификации носителя имени.

Помимо данной черты стоит отметить, что часть английских имён образована от фамилий. А.И. Рыбакин приводит следующие примеры таких имён: Bradley, Chester, Clifford, Graham и др. [Рыбакин 1989].

С увеличением влияния церкви в Средние Века существовала традиция давать имена святых детям, в том числе девочкам, несмотря на то, что эти имена были преимущественно мужскими. В Шотландии существовала традиция образования женских имён от мужских. Если рождение ребёнка совпадало с религиозным праздником, ребёнка называли так же: Christmas, Easter и т.п. [Леонович 2015].

В современной Англии существуют некоторые культурные особенности употребления имени, представления себя в социуме. Британский социальный антрополог Кейт Фокс в своей знаменитой книге «Наблюдая за англичанами» (“Watching the English”) делает следующие замечания относительно имён: представляться по имени считается недопустимым. Раскрытие собственного имени для англичан является интимным процессом, допустимым при сокращении социальной дистанции. Спросить, как зовут собеседника лишь в конце длительного разговора считается допустимым и социально приемлемым [Fox 2004].

Отметим, что почти каждое личное имя имеет дериваты, часто значительно отличающиеся от производного имени: William à Will, Bill, Willy, Billy Robert à Rob, Robbie, Bob, Bobbie. Дериваты в английском языке подразделяются на две основные группы:

а) обычные сокращения;

б) субъективно-оценочные формы с окончаниями -y, -ey, -ie, -sy.

Полная форма имени носит более официально-представительный характер.

Интересно отметить тот факт, что достаточно часто дериват используется в качестве полноценной альтернативы полному имени. Многие известные личности, актеры, писатели, политики известны широкой публике под сокращенными именами, к примеру, писатели Рэй (Рэймонд) Брэдбери (Ray Bradburry) и Терри (Тэрэнс) Пратчетт (Terry Pratchett).

Такое использование деривата, как мы считаем, даёт возможность знаменитости или публичной персоне приблизиться к людям и/или придает ей большую индивидуальность, выделяя среди других знаковых персон. Можно привести в пример бывших президентов США Джимми Картера (James Carter) и Билла Клинтона (William Clinton) или бывшего премьер-министра Великобритании Тони Блэра (Antony Blair).

В английской традиции за человеком обычно закрепляется одна форма имени, которая становится основной. В результате этого в британской культуре нет четкого разграничения между сокращенно-уменьшительными формами и полными формами имён.

Для многих иностранцев могут быть непонятны многочисленные русские сокращения (Мария – Маша, Машка, Маха, Манюня, Машуля). Использование деривативов зависит от возраста, от социальной группы (родители, учителя, коллеги, друзья и др.), немаловажную роль играют и

личные предпочтения. Эмоциональная окраска сокращений также бывает разной, и определить её по форме дериватива не всегда возможно.

Кроме того, в подавляющем большинстве европейских культур, и в английской традиции, отсутствуют отчества. В русском языке употребление «имя+отчество» носит уважительно-официальный характер, а использование только отчества свидетельствует о фамильярном или даже уничижительном отношении к человеку.

Итак, отличительной чертой английских имён является наличие среднего имени, отсутствие отчества, за индивидом обычно закрепляется одна форма имени, которая становится основной, в результате чего в британской культуре нет четкого разграничения между сокращенно-уменьшительными формами и полными формами имён, а раскрытие собственного имени для английской культуры является интимным процессом.

## Выводы по главе I

Как видно из главы 1, лингвистика изучает языковые репрезентации объектов, предметов и событий окружающего мира, а события 20 века определили новый вектор развития этой науки – антропоцентризм. В рамках данной парадигмы появилось направление лингвоконцептологии, призванное изучать концепты как сгустки структурированного знания, содержащие к себе культурно-специфические, психоэмоциональные, аксиологические и индивидуально-специфические характеристики социокультурных явлений.

Термин «концепт» используется разными науками и имеет междисциплинарный характер. Концепт как термин лингвистики находится под пристальным вниманием исследователей и вызывает множество споров. Он стоит в кругу таких терминов как культура, культурная коннотация, категория, понятие и проч. Взаимное влияние содержания этих терминов не может не вызывать споры, что, однако, не умаляет значимости исследования концептов как с точки зрения науки, так и для практических целей, например, для перевода лакун номинаций.

Существуют разные подходы к изучению концептов. Их объединяет идея о центре и периферии концепта. Исследователи сходятся во мнении о наличии культурно-специфических и базовых концептов.

Имя как предмет исследования представляет собой комплексную единицу, содержащую в себе идею наименования и идею имени как такового. Концепт NAME имеет историческое, социально-культурное влияние, а также является составляющей дискурсивных практик и подвергается контекстным изменениям. Имя как предмет исследования имеет сложную структуру и требует детального рассмотрения.

Стоит отметить, что имя является культурно-специфическим, социальным концептом. Условно его можно разложить на, а) name=name of a person + of a thing (название) б) name of a person.

Личные имена происходят от древнеанглийских именных слов и библейских имен, от заимствований из других европейских языков, предметов, явлений окружающего мира, известных литературных произведений.

Отличительной чертой английских имён является наличие среднего имени (middle name), раскрытие собственного имени для представителя английской культуры является интимным процессом.

## Глава II. Анализ концепта NAME

Теоретической основой для исследования послужил лингвокогнитивистский взгляд на коммуникацию человека как передачу образов, идей и смыслов, которые объективируются в языке, в виде концептов.

Средства объективации концепта – свободные сочетания, идиомы, тексты или совокупности текстов, посвящённых данному концепту, ассоциативное поле. На основе их анализа представляется возможным выстроить концептосферу общества через семантическое пространство языка.

В исследовании использовался комплекс методик для анализа средств языковой объективации концепта NAME в современном английском языке.

Целью исследования является системное описание языковых средств объективации концепта NAME в лексико-фразеологической системе современного английского языка, а также его моделирование.

Языковым материалом исследования послужили:

1. словарные дефиниции;
2. корпус текстов British National Corpus (далее – BNC);
3. произведения художественной литературы: Golding William “Lord of the Flies”; Fowles John “The French Lieutenant’s Woman”; Murdoch Iris “The Black Prince”; Ahern Cecelia “One hundred names”; Barnes Julian “England, England”;
4. результаты ассоциативного эксперимента.

В исследовании использовалось 7 словарей: 3 толковых, 2 словаря сочетаемости, 1 этимологический, 1 фразеологический.

Общее количество употреблений лексемы name по данным BNC составляет 25049 употреблений. Из них 6234 относятся к текстам художественной литературы. Методом сплошной выборки было отобрано и проанализировано 300 словоупотреблений.

В исследовании приводятся результаты анализа 5 художественных произведений современных авторов (20 и 21 век). Общее количество отобранных и проанализированных примеров из произведений художественной литературы составило 215 единиц.

В ассоциативном эксперименте приняло участие 20 представителей британской лингвокультуры, было собрано и проанализировано 110 ассоциатов.

Стоит отметить, что отличительной чертой британской лингвокультуры является наличие у её носителей личного имени (first name) и одного или нескольких средних имён (middle name). При проведении анализа данная особенность была принята во внимание.

## **2.1. Построение номинативного поля концепта NAME**

Ключевое слово-репрезентант: name.

Ядро номинативного поля концепта NAME: name, first name, second name, middle name, family name, last name, label, nickname, moniker, surname, forename, alias, pseudonym, nameplate, namecard.

### **2.1.1. Дефиниционный анализ концепта NAME**

При анализе концепта NAME представляется логичным обратиться к методу словарных дефиниций. Ниже представлены словарные статьи, посвящённые номинации концепта NAME.

Оксфордский словарь Lexico даёт следующие определения name:

1. A word or set of words by which a person or thing is known, addressed, or referred to.
2. A famous person.
  - 2.1. A reputation, especially a good one.
3. (in the UK) an insurance underwriter belonging to a Lloyd's syndicate.

При обращении к словарной статье Merriam-Webster`s dictionary, посвящённой изучаемому концепту, обнаруживаются следующие определения:

1.1. a word or phrase that constitutes the distinctive designation of a person or thing

The boy's *name* is Brad

1.2. a word or symbol used in logic to designate an entity

2. a descriptive often disparaging epithet

Called him *names*

2.1. REPUTATION

Gave the town a bad *name*

2.2. an illustrious record: FAME

Made a *name* for himself in golf

2.3. a person or thing with a reputation

One of the most detested *names* in history

3. FAMILY, CLAN

Was a disgrace to his *name!*

4. appearance as opposed to reality

A friend in *name* only

5. one referred to by a name

Praise his holy *name*.

Этимологический словарь раскрывает концепт NAME следующим образом:

"word by which a person or thing is denoted," Old English *nama, noma* "name, reputation," from Proto-Germanic *\*naman-* (source

also of Old Saxon *namo*, Old Frisian *nama*, Old High German *namo*, German *Name*, Middle Dutch *name*, Dutch *naam*, Old Norse *nafn*, Gothic *namo* "name"), from PIE root \*no-men- "name."

Meaning "a famous person" is from 1610s (*man of name* "man of distinction" is from c. 1400). Meaning "one's reputation, that which is commonly said of a person" is from c. 1300. As a modifier meaning "well-known," it is attested by 1938.

Словарь Longman Dictionary of Contemporary English предлагает следующую дефиницию:

1. what someone is called
2. what a thing, organization, or place is called
3. the opinion that people have about a person or organization (reputation)
4. a person, company, or product that is very famous or is known by many people.

Культурологическая справка Оксфордского словаря даёт некоторые уточнения об имени. Большинству детей в Великобритании родители дают два имени. Эти имена называются "Christian names" или "given names". Некоторые люди имеют лишь одно такое имя, но иногда встречается два или даже три. Близкие люди, члены семьи и друзья обращаются друг к другу по личному имени. Существует выражение "be on first name terms", которое означает, что люди имеют неофициальные дружественные отношения. Полное имя используется в официальных отношениях, а также при подписании бумаг британцы ставят инициалы личного и среднего имени и пишут фамилию. В конце писем зачастую пишется личное имя и фамилия целиком. Полным именем называются личное имя, все средние имена и фамилия. Родители выбирают средние имена до рождения детей. В некоторых семьях существует традиция именованья старшего сына в честь отца. Многие популярные имена заимствуются из Библии, например,

*Jacob, Joshua, Matthew, Hannah, Rebecca, Sarah*. Несмотря на популярность библейских имён это не является свидетельством религиозности или набожности их носителей. Некоторые родители называют своих детей в честь известных людей, киноактёров или актёров эстрады. Имена *William* и *Harry* стали популярными после того как Принц Чарльз назвал так своих сыновей. Наиболее распространёнными мужскими именами являются *David, Michael, John, James*, женскими – *Catherine, Elizabeth*. Эти имена сохраняют популярность многие годы. Имена *Trevor, Herbert, Cyril, Doris, Gladys, Joyce* являются непопулярными и чаще встречаются среди представителей старшего поколения.

Из данных определений видно, что основная, наблюдаемая во всех словарных статьях дефиниция – это “a person or thing that is called”, то есть название, референция к некоему человеку или вещи. Далее следует общая для всех сема “reputation”, то есть «репутация», или то, как в обществе относятся к той или иной личности. Наблюдается социокультурный компонент. Далее следует сема “famous”, «знаменитый», которая вновь апеллирует к социокультурной составляющей. В отличие от других словарей, Merriam-Webster`s dictionary указывает на “family, clan”, т.е. «семья, клан». Благодаря этимологическому словарю можно проследить развитие концептосферы NAME от обозначения вещи и человека, далее – репутация, позднее – известность.

### **2.1.2. Анализ репрезентации концепта NAME в атрибутивных, предикативных и предложных сочетаниях**

В данном разделе приводится анализ атрибутивных, глагольных и предложных сочетаний, так как они позволяют выявить неочевидные признаки и характеристики изучаемого концепта. Анализ таких сочетаний позволяет прийти к новым выводам и посмотреть с нового ракурса на предмет исследования.

### 2.1.2.1. Атрибутивные сочетания

Атрибутивные сочетания представляют собой сочетания, в составе которых есть имя прилагательное или причастие. Атрибуция помогает выявить функцию определения, обладает свойствами определения. Атрибутивный вид связи – наиболее тесный вид связи, посредством которой объединяются слова со значением предмета, процесса с одной стороны и слова, указывающего на признаки или качества этих предметов, с другой стороны.

Оксфордский словарь сочетаемости предлагает ряд словосочетаний, которые можно разделить на несколько групп.

В первую группу входят прилагательные с семами родства: first, given, middle, second, family, last, married, maiden, full.

(1) *His full **name** was William Augustus Grove.*

Во вторую группу входят прилагательные с семами религиозного смысла: Christian.

(2) *A Christian **name**.*

В третью группу входят прилагательные с семами официальности, публичности: proper, real, official, joint, common, professional, stage, pen-, brand, proprietary, trade, company, code, file.

(3) *George Eliot was a pen-name; her real **name** was Mary Ann Evans.*

В четвёртую группу входят прилагательные с семами топонимики: street, place.

(4) *The village of Low Catton takes its **name** from the Old English.*

В пятую группу входят прилагательные с семами вымышленности, необычности: false, assumed, strange-sounding, different.

(5) *She uses a **different name** in her professional life.*

В шестую группу входят прилагательные, указывающие на способ возникновения: double-barrelled, hyphenated, joint.

(6) *The account is in joint names.*

Особый лингвокультурологический интерес представляет такое явление как “double-barrelled name“, это имена, чаще – фамилии, которые пишутся через дефис. Их название обязано двуствольному ружью. Возникновение таких фамилий в британской традиции связано с желанием сохранить фамилию рода ввиду недостатка потомков мужского пола. Чаще всего двусоставные фамилия встречаются в Уэльсе, ввиду распространённости ограниченного количества фамилий с целью избегания путаницы между её носителями. Двусоставные фамилии встречаются и у представителей аристократии. Иногда встречаются трёх- и четырёхсоставные, что подчёркивает верность традициям и старину рода. Такое имя отражает и юридическую сторону жизни, так как её носителем может оказаться наследник, или человек, приобретающий права владения несколькими поместьями. В современной Великобритании есть тенденция сокращения таких фамилий до одного слова. Несмотря на интерес, который представляет данное явление, эта работа не ставит целью изучение такого рода фамилий.

Стоит отметить, что в словосочетаниях типа “false name”, “assumed name” реализуется функция разделения реального и вымышленного. Как было упомянуто выше, имя предполагает денотацию, обозначение реального объекта или человека. Словосочетания «вымышленное имя», «ненастоящее имя» даёт возможность лингвистически разделить мир на реальный и вымышленный, настоящий и ненастоящий, истинный и ложный. Имя становится маркером, определяющим реальность, истинность вещи или человека.

### 2.1.2.2. Предикативные сочетания

В данном разделе анализируются сочетания с глаголами. Как и в предыдущем разделе, выделяется несколько групп.

В первую группу вошли словосочетания с глагольной семой «ИМЕТЬ»: have, bear, carry, carry on.

(7) *Have you got a middle name?*

(8) *The Julian calendar was introduced by Julius Caesar and hence carries his name.*

(9) *He wanted an heir to carry on the family name.*

Во вторую группу вошли словосочетания с глагольной семой «МЫСЛИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»: be known by, go by, know, remember, imply sth, suggest sth, mean sth, ring a bell (figurative), assume.

(10) *The island is more commonly known by the name 'Krakatoa'.*

(11) *He goes by the name of Jonno.*

(12) *How do you know my name?*

(13) *As the name implies, Oxford was the place at which oxen could ford the river. 'Does that name mean anything to you (= do you recognize it)?' 'Yes, it does ring a bell (= it is familiar)'*

В третью группу вошли словосочетания с глагольной семой «ИСПОЛЬЗОВАТЬ»: use.

(14) *She uses a different name in her professional life.*

В четвертую группу вошли словосочетания с глагольной семой «ПЕРЕДАВАТЬ»: acquire, get, obtain, adopt, take, give sb/sth, give sb, pass on.

(15) *The Brady bill acquired its name from its best-known sponsor, James Brady.*

(16) *He was elected Pope in 1978 and took the name of John Paul II.*

(17) *She was given the name Maria, after her grandmother.*

В пятую группу вошли словосочетания с глагольной семой «МЕНЯТЬ»: abandon, change, choose, decide on/upon put forward.

(18) They put his name forward (= chose him) as one of the five candidates for the post.

В шестую группу вошли словосочетания с глагольной семой «сохранять»: keep, immortalize.

(19) She decided to keep her maiden name for professional purposes.

(20) His name was immortalized in 1992 when he scored three goals in the space of five minutes.

В седьмую группу вошли словосочетания с глагольной семой «упоминать, называть»: call sb/sth by, call sb ~s, call (out), mention, drop, invoke, name.

(21) Please call me by my first name.

(22) Stop calling me names (= stop saying rude/insulting things about me)!

(23) Somebody called out her name from below.

(24) We cannot mention the suspect's name for legal reasons.

(25) She found him rather irritating to talk to; all he did was drop names (= mention the names of famous people he knew or had met in order to impress her).

(26) He invoked the name of Freud in support of his argument.

(27) Detectives believe that a hitman was sent to silence the witness before he could name names (= give evidence to the court/police).

Исходя из вышеприведённых данных можно сделать следующие выводы: 1) NAME мыслится как наследие, наряду с прочими материальными и нематериальными ценностями и является частью идентичности носителя британской культуры, соотносением себя со своим родом, связь с предками, 2) NAME является частью структурированного знания, ментальной мыслительной единицей, несущей в себе информацию о его носителе, 3) лексема NAME является частотной в употреблении, входит в бытовой дискурс и является частью обыденного сознания представителей британской лингвокультуры, 4) имя является маркером перехода из одного состояния в другое, маркером социальной мобильности, приобретаемым вместе с капиталом символом изменения статуса, при этом отражается как тот, кто

получает, так и тот, от кого передаётся социокультурная константа, 5) отражается опосредованность имени и человека, имя может функционировать отдельно от его носителя, 6) имя является частью культурного наследия, 7) имя является ментальной конструкцией с одной стороны и непосредственным квантом речевого акта с другой.

### 2.1.2.3. Предложные сочетания

В процессе сбора материала было выявлено несколько предложных сочетаний. Выделяется четыре группы в зависимости от предлога. В первую группу входят словосочетания с предлогом by.

(28) *The head teacher knows every child in the school by name.*

(29) *An actor by the name of Tom Rees.*

Во вторую группу входят словосочетания с предлогом in.

(30) *The tickets were booked in the name of McLean.*

(31) *I arrest you in the name (= on the authority) of the law.*

В третью группу входят словосочетания с предлогом under.

(32) *The room was booked under (= using) a false name.*

В четвёртую группу входят словосочетания с предлогом for.

(33) *The common name for the flower is 'pineapple lily'.*

При анализе предложных словосочетаний представляется логичным обратиться к теории глубинных падежей Ч. Филлмора [Fillmore]. *By* является инструментальным предлогом, т.е. предлогом, передающим инструментальный падеж. NAME выступает в качестве инструмента передачи информации, знания об объекте.

Предлоги *in* и *for* передают творительную семантику. Следовательно, можно предположить, что в такого рода словосочетаниях указывается агенс, от которого исходит действие, хотя грамматически видно, что оно

выполняется другим субъектом. Предлог *in* так же указывает на образ действия.

### 2.1.3. Установление фразеологических номинаций концепта NAME

Англо-русский фразеологический словарь А.В. Кунина содержит 38 фразеологических единиц (ФЕ) с лексемой NAME. В процессе классификации был выявлен ряд когнитивных признаков. С полным списком классификации можно ознакомиться в приложении 1.

Признак принадлежности репрезентируется в наибольшем количестве словосочетаний – 8.

(34) *Keep one`s name on the book.*

NAME здесь является признаком членства в том или ином сообществе, где ведётся книга учёта его членов.

Следующим по частотности был выявлен признак известности, репрезентирующийся в 6-ти ФЕ.

(35) *A name to conjure with.*

Широко известное, популярное имя.

В 5-ти ФЕ репрезентируется признак репутации.

(36) *A good name is better than riches.*

В этом примере присутствует оценочность – *good name* – хорошее (доброе) имя, в значении репутация, лучше, чем богатство. Социальное положение человека ценится выше его материального достатка.

В 4-х ФЕ репрезентируется признак номинальности (отсутствие сущностного наполнения).

(37) *In name (only).*

Данный когнитивный признак представляет особый интерес, так как он наглядно изображает, что у какого-либо явления, человека, предмета имеется

имя (название) с одной стороны, и его содержание с другой. Имя, отделённое от характерных, сущностных признаков является лишь пустой номинацией, которая не несёт смысловой нагрузки.

В противопоставление предыдущему признаку можно поставить признак сущности.

(38) *The name of the game.*

(39) *In all but name.*

Примечательно, что один и тот же концепт включает в себе кардинально противоположные когнитивные признаки, репрезентирующийся в разных ФЕ. В данных примерах имеется ввиду именно суть дела.

Следующий когнитивный признак – авторитет.

(40) *Lend one`s name to smth.*

Имя здесь является чем-то предметным, что можно «одолжить», как некий статусный маркер, используя который можно получить желаемое.

Схожий с предыдущим признак можно условно обозначить как имя как актор действия.

(41) *In one`s own name.*

Действовать от собственного имени, то есть самостоятельно.

Социальная ситуация, в которой имя имеет особое значение, так как его упоминание сопряжено с определёнными последствиями.

(42) *Name names.*

Используется в юридической сфере. Назвать имена соучастников преступления.

(43) *No names, no pack-drill.*

Если не называть имени, можно избежать недоразумений.

Признак религиозности репрезентируется в двух ФЕ, которые относятся к библейскому тексту.

(44) *Take the name of God in vain.*

(45) *Their name is legion.*

Можно сделать предположение о значимости религиозного признака, так как при ознакомлении с библейским текстом видна важность данного концепта (Адам дал имена всем существам, которых создал Бог и т.д.).

#### Эмоциональное высказывание.

(46) *In God's (heavens) name = in the name of fortune/God/goodness/heaven/thunder/wonder.*

Стоит отметить, что в данной ФЕ наблюдается использование лексемы “god”, что, однако, не является признаком религиозности, так как суть этого словосочетания и его вариаций заключается в выражении эмоций, а вариативность использования вышеупомянутой лексемы является тому подтверждением.

Выражение негативных эмоций и чувств находит отражение в следующем примере.

(47) *Call smb. names.*

Обзывать, оскорблять, называть кого-либо постыдными именами.

#### Разговорное выражение.

(48) *Give it a name.*

Данное выражение вызвало особую трудность при классификации по когнитивным признакам, так как оно используется в ситуации неофициального общения при угощении напитком. Справедливо заметить, что пабы и бары играют важную роль для британского общества, так как выполняют роль места, в котором происходит обмен новостями, встречи как со знакомыми и друзьями, так и с коллегами и партнёрами. Наличие ФЕ, отражающей данную сторону жизни и наличие в ней исследуемого концепта представляется весьма логичным.

## 2.1.4. Анализ контекстуальных фрагментов

В данном разделе содержится анализ контекстуальных фрагментов. Основными источниками для анализа стали:

Корпус текстов British National Corpus

Тексты художественной литературы.

### 2.1.4.1. Анализ контекстуальных фрагментов из корпуса текстов British National Corpus

В данном разделе представлен анализ контекстуальных фрагментов из корпуса текстов BNC. Таблица ниже изображает общее количество лексем NAME, а также количество по жанровой специфике текстов.

|             | ALL   | FICTION     | MAGAZINE    | NEWSPAPER   | NON-ACAD    | ACADEMIC    | MISC        |
|-------------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <u>NAME</u> | 25049 | <u>6234</u> | <u>1889</u> | <u>2118</u> | <u>3176</u> | <u>2069</u> | <u>6338</u> |

Для данного исследования было проанализировано 300 словоупотреблений из раздела fiction (художественная литература).

179 словоупотреблений лексемы NAME относятся к её прямому значению – номинация (первая словарная дефиниция).

(49) *My name is Guildenstern, and this is Rosencrantz.*

Этот пример иллюстрирует то, как персонажи художественных произведений вводятся в текст самого произведения – посредством лексемы name.

34 словоупотребления связаны с социальными функциями имени, которые включают в себя признаки репутации, известности или неизвестности, родовых и семейных отношений.

(50) *In the course of her research into the history of the house, she discovered that the male Pygling line had in fact died out, and that the present bearer of the hallowed name – the pathetic husband of the overbearing Mrs Pygling – came in fact through the female line and had adopted the name of Pygling. No one is more vicious than a person who has*

*something to hide, so this made their strange behaviour more understandable to Jane. The fraud is always more menacing than the real thing.*

Данный пример иллюстрирует одновременно несколько признаков: имя как часть родословной; имя, как нечто святое; имя, как важная ценность, подвергаясь использованию, обману.

24 словоупотребления содержат в себе фразеологические единицы, которые были проанализированы в предыдущем разделе.

(51) *Why aren't you people in bed? This is a hospital – not a hotel. Sister! Sister! Who gave these patients permission to have alcohol? Who authorized this? Back to your wards. Back to your beds. What, in God's name, has anyone here to celebrate?'*

Стоит отметить, что большая часть фразеологизмов из отобранных примеров BNC содержит в себе ФЕ “in God`s name”, что подчёркивает важность когнитивного признака религиозности в изучаемом концепте.

12 словоупотреблений раскрывают имя как маркер, отражающий сущностные характеристики его носителя.

(52) *There was my cousin Brynley – a dapper little chap, as his name suggests, with his clip-on tartan bow tie, a Jeff Arnold watch, a model aeroplane and other signs of affluence like braces.*

Из имени следуют некие признаки, которые являются характерными для его носителя, при упоминании этого имени возникает определённый образ.

12 словоупотреблений сгруппированы по прочим атрибутивным признакам, среди которых, уважение, важность, популярность и др., которые имеют отношение с одной стороны к социальной сфере, с другой, являются приписываемой характеристикой в определённой речевой ситуации.

(53) *Hers was also a significant name because she had black hair and her disappearance was reported on May 17th.*

Данный пример иллюстрирует, что имя может быть важным, а также здесь отражён гендерный аспект (hers).

10 словоупотреблений сгруппированы по признаку подлинности.

(54) *Maggie needed her, Rachel needed her, and she had no other choice; passion was not to be part of her calling. The old mistake made in a bathroom in Oxford twenty years before had fixed her course and all she could do was to walk it. Just before leaving the consulting room she knew that she had one thing left to do and it was important.' There's something else I should tell you,' she said.' I gave you a false name. I am really called Phoebe Petherington.*

Неверное, фальшивое, ненастоящее, изменённое имя. Имя как номинация, которую носитель может изменить для достижения тех или иных целей.

9 словоупотреблений отражают эмотивную составляющую имени, имя, как источник ассоциаций, аллюзий.

(55) *My name's Steve. How about you, what's your name?' Dorothy.' Like the little girl in The Wizard of Oz, right?' I laughed.' And you're Steve,' I said, trying to think of a suitable Steve to name him after.' Steve Adorable. Steve, the adorable stevedore.' We both laughed.' That's good, that,' he said.' I'll remember that one.*

Герои отражают в диалоге свои ощущения, ассоциации с литературным произведением, экспериментируют с именем.

8 словоупотреблений отражают в себе религиозную составляющую, которую несет в себе имя. Раскрывается признак принадлежности к той или иной религиозной группе.

(56) *Time, gentlemen,' said the barman.' Here's wishing you all you wish yourself, Mr Pertwee.' The barman usually called Jack by his Christian name and Jack knew' Mr Pertwee' was a mark never to be repeated, of the respect due to a bridegroom.*

Бармен называл его, используя христианское имя. Здесь отражается причастность к религиозной группе.

8 словоупотреблений содержат характеристики, связанные с национальной спецификой имени.

(57) *THE NAME' POIROT' The much-bruited suggestion that Agatha Christie selected the name Poirot randomly is patently ridiculous. Apart from its assonantic association with the heavily symbolic' parrot' (discussed more fully above in reference to Skelton's*

*Speke, Parot), the name also reverberates with nuances from the French language. The 'poire' or, in English, 'pear is an obvious subliminal reference to the distinctive shape of the detective's bald head. That shape is again shadowed in the French word 'poire', which means 'white beet' and conforms with the frequently-mentioned pallor of the detective's complexion.*

Данный пример с одной стороны показывает, как имя отражает национальную принадлежность, с другой – имя, как отражение сущности.

3 словоупотребления иллюстрируют гендерный аспект имени.

(58) *Lower still a woman's name, with green mould edging up to cover it: ANN – BELOVED.*

Имя может быть женским или мужским, а значит, иметь гендерную характеристику.

Наименьшее количество примеров, а именно один, отражает признак возраста.

(59) *'Well, Frank,' he said. He always uses my first name, although he is several years my junior.*

Данный пример иллюстрирует то, как имя отражает возрастные характеристики его носителя.

Вышеприведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что наибольшее количество репрезентаций связано с признаком номинации и коррелирует с первой словарной дефиницией исследуемого концепта. Наименьшее количество репрезентаций связано с именем как отражением возрастной характеристики. В приложении 2 представлена сводная таблица, иллюстрирующая результаты проанализированного материала.

#### **2.1.4.2. Анализ контекстуальных фрагментов из текстов художественной литературы**

Для анализа были отобраны произведения современной английской художественной литературы:

- 1) Golding William “Lord of the Flies”;
- 2) Fowles John “The French Lieutenant’s Woman”;
- 3) Murdoch Iris “The Black Prince”;
- 4) Ahern Cecelia “One hundred names”;
- 5) Barnes Julian “England, England”.

#### 2.1.4.2.1. Анализ контекстуальных фрагментов романа “Lord of the Flies”

В романе Уиллиама Голдинга «Повелитель мух» имеется 26 репрезентаций исследуемого концепта. 23 из них относятся к номинации имени.

(60) “What’s your name?” – “Ralph.”

Данный пример иллюстрирует необходимость использования лексемы name для ввода персонажа в текст повествования. Стоит отметить, что имена собственные имеют символический характер в данном произведении, исследование которых представляет отдельный научный интерес, однако не входит в рамки данного исследования, а лишь остаётся перспективой для дальнейшего развития исследуемой области.

Признак подлинности, имя, как нечто истинное, подлинное, репрезентируется в одном словоупотреблении.

(61) “He’s not Fatty,” cried Ralph, “his real name’s Piggy!”

Данный пример иллюстрирует значимость прозвищ для британской лингвокультуры. Прозвища создают положительный или отрицательный образ (в данном случае отрицательный), идентифицируют членов группы, определяют границы «свой» – «чужой», через них выражается отношение, т.е. присутствует эмотивная составляющая.

Признак незначительности находит отражение в одном примере:

(62) *There was pushing and pulling and officious cries. Ralph moved the lenses back and forth, this way and that, till a glossy white image of the declining sun lay on a piece of rotten wood. Almost at once a thin trickle of smoke rose up and made him cough. Jack knelt too and blew gently, so that the smoke drifted away, thickening, and a tiny name appeared. The flame, nearly invisible at first in that bright sunlight, enveloped a small twig, grew, was enriched with colour and reached up to a branch which exploded with a sharp crack. The flame flapped higher and the boys broke into a cheer.*

*"My specs!" howled Piggy. "Give me my specs!"*

Маленькое, незначительное имя ассоциируется с незначительностью самого обладателя данного имени. Примечательно, что данное словосочетание присутствует именно в описании издевательства над Хрюшей, что подчёркивает его ущербное положение.

Имя как отражение сущности, внутренних характеристик иллюстрируется в одном словоупотреблении:

(63) *"And another thing. You can't have an ordinary hunt because the beast doesn't leave tracks. If it did you'd have seen them. For all we know, the beast may swing through the trees like what's its name."*

Имя говорит само за себя и отражает внутренние качества того, кого номинирует.

#### **2.1.4.2.2. Анализ контекстуальных фрагментов романа "The French Lieutenant`s Woman"**

В романе Джона Фаулза «Любовница французского лейтенанта» было обнаружено 61 словоупотребление исследуемого концепта. 41 словоупотребление относится к прямой номинации.

(64) *"An eligible has occurred to me. Her name is Sarah Woodruff."*

Как уже было упомянуто выше, благодаря данной номинации возможен ввод новых героев в текст романа.

8 словоупотреблений включают в себя различные атрибуции:

(65) *"Is she young?"*

"It's too far to tell."

"But I can guess who it is. It must be poor Tragedy."

"Tragedy?"

"A nickname. One of her nicknames."

"And what are the others?"

"The fishermen have a **gross name** for her."

"My dear Tina, you can surely—"

"They call her the French Lieutenant's . . . Woman."

Грубое имя, прозвище, в данной примере содержит оценочность, осуждение и эмотивная составляющая, имя не является чем-либо нейтральным, оно может быть эмоционально окрашено, создаёт определённый образ для читателя, значимость имени или используемой номинации как стилистическое средство, подчёркивающее художественную образность.

4 словоупотребления связаны с признаком репутации:

(66) "No gentleman who cares for his **good name** can be seen with the scarlet woman of Lyme."

В данном примере имя является синонимом репутации.

3 словоупотребления связаны с социальными характеристиками.

(67) *The extraordinary productiveness of modern industry . . . allows of the unproductive employment of a larger and larger part of the working class, and the consequent reproduction, on a constantly extending scale, of the ancient domestic slaves under **the name of a servant class**, including menservants, women-servants, lackeys, etc. – Marx, Capital (1867).*

Данный пример иллюстрирует интертекстуальность, так как это цитата из работы К. Маркса «Капитал». Имя здесь фигурирует в связи с описанием классовости общества, что является характерной чертой для британского социума.

2 словоупотребления содержат ФЕ с религиозной характеристикой.

(68) "And that 'may make whatsoever use she desires' – what in heaven's name does that mean?"

Данная ФЕ является вариантом фразеологизма 'in God`s name'.

Отражение в имени национальности иллюстрирует одно словоупотребление:

(69) *But at last the distinguished soprano from Bristol appeared, together with her accompanist, the even more distinguished Signer Ritornello (or some such name, for if a man was a pianist he must be Italian) and Charles was free to examine his conscience.*

Данный пример иллюстрирует, что само по себе имя может не быть важным для повествования, в то время как передача национальности посредством имени является ключевым и по имени можно определить национальную принадлежность.

Имя как отражение сущности предмета выражено в одном случае словоупотребления:

(70) *The thatch was mossy and derelict, which added to the already forlorn appearance of the little stone building, nearer a hut than its name would suggest.*

Название, номинация говорит само за себя, имя является отражением определённых характеристик предмета.

Имя и гендер отражены в одном словоупотреблении.

(71) *We know the name of the female with whom you have entered into such base conversation.*

Имя женское, т.о. имя несёт в себе фактическую информацию о гендерной принадлежности.

### 2.1.4.2.3. Анализ контекстуальных фрагментов романа “The Black Prince”

В романе английской писательницы Айрис Мёрдок «Черный принц» было обнаружено 44 словоупотребления исследуемого концепта. 29

словоупотреблений связано с первой словарной дефиницией (номинация) исследуемого концепта.

- (72) *I had just uttered **Julian's name** aloud. I got up. «Chris, do you mind, I must go. I've got something very important to do» Think about Julian.*

Данный пример иллюстрирует употребление имени собственного одно из героев произведения.

Имя как отражение сущности представлено 5 словоупотреблениями.

- (73) *«The curlew. **It says its name**. Oh Bradley, look at this beautiful piece of wood, the way the sea has had it, it looks like Chinese writing».*

Имя говорит само за себя, несёт в себе внутренние характеристики предмета.

3 словоупотребления содержат концепт в составе ФЕ.

- (74) *It is an appeal, and that should tickle your vanity. You are in a strong position for once. Please help me. I ask **in the name of our friendship**.*

В данном примере один герой просит другого «во имя дружбы», что иллюстрирует значимость имени как номинации важнейших ценностей, стоящих над человеческими отношениями.

Эмотивная составляющая наблюдается в 2 словоупотреблениях:

- (75) *I knew at once from her voice that she was alone. A woman can put so much into the way she says your **name**.*

Данный пример иллюстрирует важность звуковой оболочки и интонирования при произношении чьего-либо имени, в зависимости от которого имя приобретает разные оттенки.

Связь имени и религиозной характеристики находит отражение в одном словоупотреблении:

- (76) *«Why, yes. We're Jewish. At least we're partly Jewish. » «I don't mind your being Jewish. Only oddly enough no one ever told me! » «Christian is sort of, well, not exactly ashamed of it – or she was. Our maternal grandparents were Jewish. The other grandparents were goy» «Rather funny about **Christian's name**, isn't it? » «Yes. Our*

*mother was a Christian convert. At least, she was the slave of our father, an awful bully. You never met our parents, did you? He wouldn't have anything to do with our Jewish background. He made our mother break off relations. Calling Christian 'Christian' was part of the campaign».*

Данный пример иллюстрирует сочетание оценочности (funny) и религиозной составляющей. Имя может быть христианским, или иудейским или характерным для человека из той или иной религиозной группы. Это одна из фактологических составляющих концепта.

Имя как известность выражено в одном словоупотреблении:

(77) *He was afraid of making some undignified mistake, revelatory of lack of education, such as the mispronunciation of some **well-known name**.*

Имя известного человека или известное название чего-либо.

Характеристика подлинности выражается в двух словоупотреблениях.

(78) *I expect many novelists rewrite their own recent histories «nearer to the heart's desire» but they have at least the decency to **change the names**.*

Возможность изменения имени ставит вопрос о его подлинности, реальности, имя даёт возможность его носителю надевать на себя ту или иную личину, быть узнаваемым или нет, менять свою жизнь и ход событий.

#### **2.1.4.2.4. Анализ контекстуальных фрагментов романа “One hundred names”**

В романе британской писательницы Сесилии Ахерн было обнаружено 52 словоупотребления лексемы name. 40 словоупотреблений содержат характеристику номинации.

(79) *‘Or even better’, she fought off his pity and brightened as a new idea sprung to her mind, ‘we put **Constance`s name** to it. It`s her final story’.*

Главная героиня – Китти Логан – хочет подписать новый газетный материал именем своей умершей коллеги-начальницы, чтобы таким образом почтить её память.

Социальные характеристики имени нашли отражение в 3-х случаях словоупотребления.

(80) *She knew she would be quickly forgotten in the minds of the public, but that her **professional name** would suffer in the long run; it had already been destroyed.*

Имя играет роль в разных социальных ситуациях, отражает профессиональный статус, семейный статус и прочие социальные характеристики.

Признак репутации отражён в 3-х словоупотреблениях.

(81) *'This is what you're not understanding, Kitty. This is not about your career. Or your **good name**. This is not about you. This is about him'.*

Главная героиня находится в трудном положении как на работе, так и в личной жизни. Её репутация находится под угрозой, но в разговоре с другом он пытается снизить значимость репутации и перевести её фокус внимания на другого человека.

Признак подлинности отражён в 4 словоупотреблениях.

(82) *Kitty had grown up with two best friends, both named Mary: Mary Byrne and Mary Carroll, who were always called by their **full names** to avoid confusion. It had always been Katherine and the two Marys; nobody called her Kitty in Carlow. It was a **name** she had been proudly baptised with once she reached university and she was only too happy embrace it, **a new name for a new beginning**. The two Marys had been irritated by the use of a **name** they hadn't invented and refused to call her by it on the rare night they came to join Kitty and her college friends on a night out in Dublin.*

Данный пример иллюстрирует значимость имени в нескольких аспектах. Во-первых, полное имя, включающее в себя имя и фамилию, повторяемость имён и возможные недоразумения, связанные с одинаковыми именами при обращении к их носителям. Во-вторых, в третьем предложении символично использована метафора «её окрестили именем в университете», при крещении человеку даётся имя, как символ его входа в жизнь, получение нового имени, а точнее, нового варианта имени окрестило новый период в жизни героини,

связанной с учёбой в университете. Значимость прозвищ для английской лингвокультуры вновь находит своё отражение и проиллюстрировано в данном примере. В-третьих, отношение старых друзей к новому имени отрицательное, возникает своеобразный конфликт, так как имя символизирует принадлежность к социальной группе универсантов, но в то же время вступает в конфликт с теми, для кого новый статус обладателя данного имени чужд. Имя является важным маркером противопоставления «мы – они», причастности к той или иной социальной группе. Для подруг Китти её новое имя не является её подлинным именем, и они отрицают его.

Признак известности реализуется в одном словоупотреблении.

(83) *These were **big-name writers**; it was obviously a huge deal for Etcetera to get the opportunity to publish their original stories.*

В данном примере лексема name описывает существительное writers. Писатели с большим именем, то есть известные писатели, которые приобрели определённый статус в мире литературы. Стоит отметить, что в данном романе имена играют особую роль. В конце повествования лексема name заменяет person.

(84) *'Sadly, I lost my friend and editor to cancer a few weeks ago and it fell to me to write the story that got away from her. The only clue I had as to what this story is about was all of your **names** – plus ninety-four other **people** who couldn't fit on the bus today'.*

Начало сюжета повествует о внезапной смерти редактора газеты *Etcetera*, Констанс, которая оставила список из ста имён. Журналистка Китти Логан, на протяжении всего романа, предпринимает попытки связаться с именами из списка и имеет слабое представление о возможных намерениях Констанс, которые побудили её составить таковой. В конце романа Китти обнаруживает, что перед ней не просто имена, что за каждым именем стоит конкретный человек, с историей, достойной печати.

#### 2.1.4.2.5. Анализ контекстуальных фрагментов романа “England, England”

В романе английского писателя Джулиана Барнса содержится 30 словоупотреблений лексемы name. Было выделено 9 категорий исходя из когнитивных признаков исследуемого концепта. Наибольшее число словоупотреблений – 13 – связано с номинацией человека или места.

(85) *Sir Jack`s hearing the motif was referred to as Queen Victoria Showing Her Knickers; within it she was given a series of **attempted names** – Beth, Maud, Delilah, Faith, Florence, Madge – before they settled on Betsy.*

Данный пример иллюстрирует важность выбора имени. Среди возможных имён перечислены некоторые имена собственные, имеющие различное происхождение, например, Faith, дословно переводится как Вера, уходит корнями в пуританское прошлое, когда глубоко религиозные англичане называли своих детей библейскими именами, или именами, связанными с христианской религией, с целью подчеркнуть свою религиозность.

4 словоупотреблений связано с признаком подлинности.

(86) *‘Is my **name...real?**’ Sir Jack considered the matter, as did his two employees. Some believed that Sir Jack`s **name was not real** in a straightforward sense, and that a few decades earlier he had deprived it of its Mitteleuropaisch tingle.*

Реальность, подлинность имени и важность подлинности имени демонстрирует данный пример. Пауза в прямой речи создаёт определённый стилистический эффект и эмфатически выделяет связь между именем и его характеристикой как чего-то реального, настоящего истинного.

4 словоупотребления связаны с гендерным признаком.

(87) *‘Now, one`s first thoughts on the m-atter. Miss Cochrane has raised, very pertinently, the question of whether and why “Men” were all men. We know that one of them – Maid Marian – was clearly a certified woman. So a female presence is established from the start. Further, the **name** of the very leader, Robin, is sexually ambiguous, an ambiguity endorsed by the British pantomime tradition, where the outlaw is played by a*

*young female person. The name "Hood", for that matter, denotes a garment which is ambisexual.*

Данный пассаж начинает линию рассуждения об именах, их двусмысленности и статусе, о неопределённом гендерной характеристике и конфузах, возникающих в связи с традицией пантомимы, где мужские роли исполняются женщинами. Робин и Мариан являются историческим примером неоднозначности гендерного статуса имени. Представляется возможным предположение о глубоких исторических причинах тех социальных событий, происходящих в современной британской лингвокультуре, связанных, помимо прочего, с гендерной характеристикой имён собственных.

Характеристика имени как социально значимого маркера реализуется в 3-х словоупотреблениях.

(88) *'When a man has sired nothing but daughters, his name is a mere trinket on loan from eternity'.*

До 20 века во всех европейских, в том числе, в британском, обществе, существовала норма, предписывавшая мужчинам иметь наследников мужского пола (игнорируя биологические особенности деторождения). При отсутствии таковых даже имя его обесценивалось.

Два словоупотребления связаны с религиозным признаком.

(89) *'I always say you can never trust a man with two Christian names'.*

В данном примере присутствует словосочетание «христианские имена». Имя может быть маркером принадлежности к христианской религиозной группе. Данный пример интересен тем, что в нём ставится под сомнение доверие к тому, кто имеет два таких имени. Справедливо заметить, что наличие христианского имени имеет определённый морально-нравственный оттенок, два таких имени трактуется как нечто нечестное, возможно, не богоугодное и, следовательно, не вызывает доверия.

2 словоупотребления связаны с признаком репутации.

(90) *Now, Marco, you are going to have to live up to your name.*

Имя – не просто номинация, оно довлеет над человеком, так как это не просто имя, а репутация, слава, и человек теперь должен быть достоин собственного имени.

Признаки национальной принадлежности встречается в одном случае словоупотребления.

(91) *As for after-dinner drinks: there might be a gentle recommendation of Great Aunt Maud's Original Shropshire Plum Brandy, but a range of single malts, none with aggressively Hibernian names, would also be available.*

В данном примере иллюстрируется то, как имя (в данном случае название) с одной стороны может содержать в себе информацию о национальной принадлежности, с другой, наречие «агрессивно», содержит оценку и имя становится объектом оценочного суждения.

## **2.2. Анализ ассоциативного поля концепта NAME**

В свободном ассоциативном эксперименте приняло участие 20 представителей британской лингвокультуры. Испытуемым предлагалось написать свободный ассоциативный ряд со словом name. С полным списком ответов можно ознакомиться в приложении 3. Из полученных ассоциаций было выделено несколько групп, ассоциации были распределены по данным группам исходя из выявленных когнитивных признаков. Ниже представлены группы, ассоциации и их количество.

1. Номинация: label – 4, nickname – 3, moniker – 3, surname – 2, forename – 1, alias – 1, pseudonym – 1, abbreviation – 1, registry – 1, reference – 1, catalogue – 1, nomenclature – 1, tag – 1, nameplate – 1, namecard – 1.

В первую группу вошли ассоциации, связанные с прямым номинированием, названием чего-либо, а также синонимы к лексеме name. Это самая многочисленная группа, включает в себя 23 ассоциации.

2. Человек и индивидуальность: Person – 4, My name – 3, People – 3, Identity – 2, Unique – 2, Me – 1, Individual – 1, Personality – 1, Personal – 1, namesake – 1, 1 and only – 1.

Вторая по количеству ассоциаций – 20 – группа состоит из слов, относящихся к индивидуальности, человеку, его уникальности и неповторимости. Ряд респондентов отметил, что ассоциацией к name является собственное имя испытуемого.

3. Сфера досуга и развлечений: Rock – 1, Starbucks cups – 1, Naughty – 1, Food – 1, Music – 1, Football – 1, Dining – 1, holiday travel – 1, outdoor sports – 1, meditating – 1, gyming – 1, socialising – 1, adrenaline junkie – 1, self-development – 1, Discover – 1, nature – 1, Animals – 1.

Третья группа объединила в себе 17 ассоциаций, связанных с социально-бытовой деятельностью человека, сферой досуга и развлечений.

4. Культурная и духовная ценность: Places – 2, Hope – 1, religion – 1, spiritual – 1, fantasy – 1, poetry – 1, christen – 1, History – 1, humanity – 1, Protector – 1, warrior honesty – 1, legendary – 1, remembrance – 1, Possibility – 1, Belonging – 1.

В четвёртой группе содержится 16 ассоциаций, сгруппированных по признаку культурной и духовной ценности. Ряд испытуемых ассоциирует имя с чем-то религиозным, фантазийным, мистическим. Часть респондентов ассоциирует имя с историей, поэзией и легендами. Имя выступает как часть исторического развития и обладает духовными характеристиками.

5. Социальный статус: Title – 2, Brand – 2, Reputation – 1, noble – 1, prominence – 1, respect – 1, enforce – 1.

В пятую группу вошли ассоциации, связанные с социальным статусом, положением человека в обществе, титулами, брендами, репутацией и т.п. Имя мыслится как важная часть социальной жизни. В данную группу входит 9 ассоциаций.

6. Чувственная сфера: Aspiration – 1, Ambitious – 1, Motivated – 1, Exciting – 1, happiness – 1, fear – 1, joy – 1, average joe – 1.

В шестую группу входит 8 ассоциаций, объединённых вокруг различных свойств имени, основанных на чувствах, ощущениях, возникающих у респондентов. Подавляющее большинство ассоциаций имеют положительную эмоциональную окраску.

7. Семья, род, дом: heritage – 2, family – 2, home – 1, family roots – 1, locality – 1.

В седьмой группе содержится 7 ассоциаций, которые связаны с семьёй, родом, семейными корнями и местом проживания. Имя мыслится в сознании представителей британской лингвокультуры как отражение семейных ценностей.

8. Символизм: sign – 1, signal – 1, symbol – 1, designation – 1, define – 1.

В восьмой группе находится 5 ассоциаций, объединённых идеей символа. Имя мыслится как некий знак, символ, входит в семиотическую систему лингвокультуры.

9. Звуковая оболочка: pronunciation – 1, noise – 1, name-calling – 1.

10. Языковая система: suffix – 1, spelling – 1, word – 1

В девятой и десятой группах имеется по 3 ассоциации, относящихся к языковому строю. Имя мыслится как часть языковой системы. Некоторые респонденты отмечают звуковую оболочку имени, имя, как звук, необходимый для обращения к кому-либо. Часть ассоциируют имя со словом, правописанием и даже суффиксом.

## **2.3. Моделирование концепта NAME**

В данном разделе представлена процедура моделирования изучаемого концепта, которая состоит из трёх этапов: описание макроструктуры концепта; описание категориальной структуры концепта; описание полевой организации концепта.

### **2.3.1. Описание макроструктуры концепта NAME**

По результатам ассоциативного эксперимента концепт NAME имеет следующий макроструктурный состав (от общего числа полученных реакций – 110):

1) **Образный компонент – 7%**

Чувственная сфера: aspiration – 1, ambitious – 1, motivated – 1, exciting – 1, happiness – 1, fear – 1, joy – 1, average joe – 1.

2) **Информационное содержание – 47%**

Номинация: label – 4, nickname – 3, moniker – 3, surname – 2, forename – 1, alias – 1, pseudonym – 1, abbreviation – 1, registry – 1, reference – 1, catalogue – 1, nomenclature – 1, tag – 1, nameplate – 1, namecard – 1.

Человек и индивидуальность: Person – 4, My name – 3, People – 3, Identity – 2, Unique – 2, Me – 1, Individual – 1, Personality – 1, Personal – 1, namesake – 1, 1 and only – 1.

Социальный статус: Title – 2, Brand – 2, Reputation – 1, noble – 1, prominence – 1, respect – 1, enforce – 1.

3) **Интерпретационное поле – 46%**

Сфера досуга и развлечений: Rock – 1, Starbucks cups – 1, Naughty – 1, Food – 1, Music – 1, Football – 1, Dining – 1, holiday travel – 1, outdoor sports – 1, meditating – 1, gyming – 1, socialising – 1, adrenaline junkie – 1, self-development – 1, Discover – 1, nature – 1, Animals – 1.

Культурная и духовная ценность: Places – 2, Hope – 1, religion – 1, spiritual – 1, fantasy – 1, poetry – 1, christen – 1, History – 1, humanity – 1, Protector – 1, warrior honesty – 1, legendary – 1, remembrance – 1, Possibility – 1, Belonging – 1.

Семья, род, дом: heritage – 2, family – 2, home – 1, family roots – 1, locality – 1.

Символизм: sign – 1, signal – 1, symbol – 1, designation – 1, define – 1.

Звуковая оболочка: pronunciation – 1, noise – 1, name-calling – 1.

Языковая система: suffix – 1, spelling – 1, word – 1

Моделирование макроструктуры концепта NAME показывает, что в нём большую роль играет информационное содержание и интерпретационное поле. Основной когнитивный признак – человек и его индивидуальность. Информационное и интерпретационное поле имеют почти одинаковый процент, что свидетельствует о тесной взаимосвязи содержащихся в них когнитивных признаках. Образный компонент представлен весьма скупо.

### **2.3.2. Категориальная структура концепта NAME**

При анализе концепта NAME был выделен ряд когнитивных признаков, которые были сгруппированы из отобранных примеров BNC и литературных произведений. Общее количество – 513. Иерархию признаков можно представить следующим образом:

1. Номинация – 63,3%
2. Социальные функции (репутация, известность и т.п.) – 14,2%
3. Фразеологический фонд (без учёта фразеологического словаря) – 5,2%
4. Подлинность – 4,7%
5. Индивидуальные ситуационные атрибуции – 4,09%
6. Сущность – 3,8%
7. Религиозность – 2,57%
8. Эмоционально-чувственная составляющая – 2,14%.

Таким образом, ядерным когнитивным классификационным признаком концепта NAME выступает признак *номинации*, ближнюю периферию составляет признак *подлинности*, дальняя периферия – *сущность*, крайняя – *эмоционально-чувственная составляющая*.

Можно сделать вывод о том, что в британской лингвокультуре данное явление концептуализируется по большей части рационально, данные коррелируют с первой словарной дефиницией. Эмоционально-чувственная составляющая остаётся на периферии, о чём свидетельствуют как результаты анализа контекстуальных фрагментов, так и результаты ассоциативного эксперимента.

### **2.3.3. Полевая организация концепта NAME**

В данном разделе представлены результаты анализа двух методов – классического анализа текстов и экспериментального метода, что даёт возможность наиболее полно, чётко и объективно представить структуру изучаемого концепта.

В данной модели учтены: результаты ассоциативного эксперимента (110 ассоциаций), анализ контекстуальных фрагментов из произведений художественной литературы (213 словоупотреблений), анализ контекстуальных фрагментов BNC (300 словоупотреблений), анализ фразеологических единиц (38 ФЕ), анализ словарных дефиниций (16 дефиниций), итого 677 единиц. Модель от ядра к периферии будет выглядеть следующим образом:

Ядро:

1. Номинация – 52,7%
2. Социальные функции (репутация, известность, авторитет, семья, национальная принадлежность, возраст, гендер) – 16,4%

Ближняя периферия:

3. Религиозная характеристика – 6,2%
4. Сущностные характеристики, отражённые в имени – 3,8%
5. Индивидуальные ситуационные характеристики – 3,7%
6. Подлинность – 3,2%
7. Человек и индивидуальность – 3,2%
8. Эмоционально-чувственная сфера – 3,1%

Дальняя периферия:

9. Досуг и развлечения – 2,5%
10. Культурная и духовная ценность – 2,3%

Крайняя периферия:

11. Символизм – 1%
12. Принадлежность к чему-либо – 1%
13. Звук и язык – 0,9%

Исходя из данной словесной модели можно заключить, что концепт NAME является ментальной единицей, мыслимой как номинация кого-либо и чего-либо, а также имеющей социальные функции. Данные когнитивные характеристики преобладают и составляют ядро изучаемого концепта.

## Выводы по главе II

На основе выполненного анализа было выявлено:

1. Концепт NAME представляет собой сложную мыслительную единицу, сочетающую в себе ряд когнитивных характеристик. Анализ словарных дефиниций показал, что основными составляющими исследуемого концепта являются номинирование, репутация, известность.

2. Исследуемый концепт имеет ряд культурно-специфических характеристик, таких как особое значение, выявленное при дефиниционном анализе – имя как подпись страхового агента, принадлежащего синдикату Ллойд; наличие среднего имени (middle name) у носителей британской лингвокультуры; особое название – “double-barrelled name“ для имён, а чаще – фамилий, которые заключают в себе информацию о родословной её носителя и слагаются из нескольких имён и фамилий предков.

3. Анализ репрезентации концепта NAME во фразеологических единицах позволил сделать вывод о наличии противоположных признаков (имя как отражение сущности, в противоположность имени как внешнему показателю без сущностной составляющей), это доказывает тот факт, что NAME является концептом, так как наличие противоположных характеристик у слова исходя из его словарного значения невозможно, но именно в концепте возможна реализация диаметральных когнитивных признаков.

4. При анализе корпуса текстов BNC было выявлены некоторые когнитивные признаки концепта, которые не нашли отражения в словарных дефинициях: социальная функция, сущность, подлинность, эмотивная составляющая, религиозная принадлежность, национальная принадлежность, гендер, возраст.

5. Анализ контекстуальных фрагментов текстов художественной литературы позволил обогатить поле концепта NAME дополнительными признаками, которые не были обнаружены прежде: имя как маркер нового периода жизни, имя суть человек, т.е. полное отождествление имени с его носителем, статус имени как явления, которое претерпело переосмысления ввиду социально-исторических событий. Стоит отметить особую важность имён собственных в литературных произведениях и необходимость их дальнейшего изучения, что, однако, не входит в задачи данного исследования.

6. Использование экспериментального метода – метода свободных ассоциаций – позволило дополнить поле концепта NAME индивидуально-специфическими ментальными категориями носителей британской лингвокультуры. Был выявлен ряд когнитивных признаков, не имеющих аналогов и не нашедший отражение в традиционно лексикографическом анализе: досуг и развлечения, культурная и духовная ценность, чувственная сфера, символизм, язык и звук.

Концепт NAME является сложным ментальным образованием, требующим всестороннего анализа и изучения.

## Заключение

В представленной работе содержится целостное описание концепта NAME, теоретические подходы к концепту, как лингвокогнитивному явлению, отдельное внимание уделяется изучению имён, во второй главе представлен анализ концепта NAME на основе словарных дефиниций, анализа корпус текстов BNC, произведений художественной литературы и результатов ассоциативного эксперимента. Концепт NAME обладает различными когнитивными признаками, основной из которых – номинация объектов, предметов, явлений окружающей действительности, а также человека как части этой действительности. Благодаря лексеме NAME происходит переход из физического в ментальное, через познание имён вещей возможна коммуникация и передача смыслов.

С развитием общества, появлением новых форм взаимодействия и организации социума, концепт наращивает новые смыслы, претерпевает изменения, расширяется его фразеологический состав и ассоциативное поле.

Анализ концепта NAME происходил в несколько этапов. На первом этапе было выполнено построение номинативного поля концепта NAME, которое представлено следующими лексемами: name, first name, second name, middle name, family name, last name, label, nickname, moniker, surname, forename, alias, pseudonym, nameplate, namecard. На втором этапе были проанализированы словарные дефиниции. Были выявлены основные значения лексемы NAME – номинация, репутация, известность, семья/клан. На третьем этапе была рассмотрена этимология исследуемой лексемы, где было прослежено развитие наращивания смыслов и временная фиксация появления значения репутации, которое, как показал дальнейший анализ, находит отражение как в текстовых, так и в ассоциативных способах объективации. Далее были выявлены специфические лингвокультурологические черты, такие как наличие среднего имени (middle name), двуствольного имени (double-barrelled name), андеррайтера принадлежащего к синдикату Ллойда. Было

обнаружено, что религиозная составляющая играет немаловажную роль в именовании детей в Великобритании, а также влияние моды, сферы досуга и развлечений на выбор имени (названия в честь известных и популярных представителей киноиндустрии, литературных персонажей). Примечательно, что дальнейшие результаты ассоциативного эксперимента показывают значимость сферы досуга и развлечений в формировании ассоциативного поля исследуемого концепта. Это позволяет сделать предположение о наличии причинно-следственной связи между ассоциациями, связанными с данной сферой и выбором имён собственных, так же относящихся к ней.

На следующем этапе был выполнен анализ атрибутивных сочетаний, включающих в себя лексику NAME. Он позволил расширить категориальную структуру концепта и выявить признаки религиозности, официальности и публичности, топонимии, вымышленности, а также сочетания, указывающие на способ возникновения. Далее были проанализированы предикативные сочетания и выявлены следующие семы: иметь, мыслительная деятельность, использовать, передавать, менять, сохранять, называть. Стоит отметить, что концепт NAME является частью идентичности носителя британской лингвокультуры, частота использования одноименной лексики свидетельствует об актуальности и незаменимости, едва ли данная лексема выйдет из оборота, наоборот, происходит постоянное расширение сфер её использования (например, сфера информационных технологий – domain name), и, как следствие, наращивание смыслов и ассоциаций.

Далее было проанализировано фразеологическое поле, в котором репрезентируется концепт NAME. Были обнаружены следующие признаки: принадлежность, известность, репутация, номинальность (отсутствие сущностного наполнения), сущность (наличие сущностного наполнения), авторитет, имя как актор действия, социальные и юридические последствия названия или использования имени, религиозность, эмоциональность, сфера бытового использования (разговорное выражение). При анализе ФЕ особого

внимания заслуживает тот факт, что в них присутствуют диаметрально противоположные характеристики (сущность и номинальность). Следовательно, концепт NAME является сложной ментальной единицей, которая может иметь как положительную, так и отрицательную аксиологическую окраску.

Следующий этап содержал в себе анализ контекстуальных фрагментов из BNC произведений художественной литературы. На основании данного анализа были выявлены следующие когнитивные характеристики: номинация, репутация, известность, авторитет, сущность, индивидуальные ситуационные признаки, гендер, подлинность, эмоциональность, религиозность, национальная принадлежность, возраст. Далее ряд данных признаков был собран в общую группу «социальные характеристики».

На заключительных этапах анализа был проведён ассоциативный эксперимент, результаты которого значительно обогатили исследование. Был выявлен ряд признаков, не нашедших отражение в предыдущем анализе: человек и индивидуальность, сфера досуга и развлечений, культурная и духовная ценность, социальный статус, чувственная сфера, символизм, языковая система.

На основе полученных данных можно заключить, что концепт является, во-первых, относительно новым термином для лингвистической науки, существует многообразие классификаций концептов и плюрализм мнений о его статусе и месте в научном знании. Во-вторых, концепт NAME – это сложная ментальная единица, модель которой в обобщённом виде представлена в данном исследовании, концепт формируется на основе рациональной речемыслительной деятельности человека с одной стороны, и его эмоционально-чувственного образного восприятия с другой.

В качестве перспективы исследования концепта NAME выступает дальнейшее масштабное его исследование на большем количестве материала и с привлечением большего количества респондентов для ассоциативного

эксперимента, а также проведения аналогичного исследования в иных лингвокультурах и дальнейшего сравнительно-сопоставительного анализа полученных данных.

## Библиография

1. Абыякая О. В. Мифологическая лексика русского языка в лингвокультурологическом аспекте и принципы ее лексикографического описания: Дис. канд. филол. наук. — СПб., 2003. — 240 с.
2. Аверинцев С.С. София-Логос. Словарь. 2-е, испр. изд. — К.: Дух і Літера, 2001, с. 155-161.
3. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: Учебное пособие. 2010. [Электронный ресурс]. URL: [http://lingvocult.ru/lingvo/Nikolay-Fedorovich-Alefirenko\\_Lingvokulturologiya](http://lingvocult.ru/lingvo/Nikolay-Fedorovich-Alefirenko_Lingvokulturologiya) — TSennostno-smyslovoeprostranstvo-uzyka-uchebnoe-posobie-/4.html (дата обращения 12.12.2020).
4. Ангелова М.М. «Концепт» в современной лингвокультурологии / М.М. Ангелова // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики. Сборник научных трудов. Выпуск 3. - М., 2004. - С. 3-10.
5. Антология концептов / Под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. Волгоград: Парадигма, 2005–2011. 8 т.
6. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка. Культурные концепты. — М.: Наука, 1991. — 204 с.
7. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. — М.: «Языки русской культуры», 1998. — 896 с.
8. Аскольдов С.А. Концепт и слово // Русская словесность: антология / Под общ. ред. В.Н. Нерознака. М.: Academia, 1997. 320 с. С. 267–269.
9. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. — М.: Советская энциклопедия, 1966. — 608 с.
10. Барт Р. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1989.
11. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974.
12. Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов. М.: Прогресс, 1995.

13. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: курс лекций по англ. филологии / Н. Н. Болдырев. - 2-е изд., стер. - Тамбов: Изд-во Тамб. ун-та, 2001. - 123 с.
14. Борисов Е.В., Ладов В.А. Проблемы современной философии языка. Издательский дом ТГУ, 2019.
15. Булгаков С.Н. Сочинения в двух томах. Том второй. Философия имени. Икона и иконопочитание. – М: Искусство; СПб: Инапресс, 1999. – с. 13–175.
16. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
17. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры, 1999.
18. Воркачëв С.Г. Куда ж нам плыть? – лингвокультурная концептология: современное состояние, проблемы, вектор развития // Язык, коммуникация и социальная среда. 2010. № 8. С. 5–27. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lincon.narod.ru/articles.htm> (дата обращения: 03.03.2021).
19. Воркачëв С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 236 с.
20. Воркачев С.Г. Лингвоконцептология и межкультурная коммуникация: истоки и цели // Филологические науки. 2005. № 4. С. 76–83. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lincon.narod.ru/articles.htm> (дата обращения: 03.03.2021).
21. Воробьев В. В. Лингвокультурология. Теория и методы. — М., 1997. — 331 с.
22. Воркачев С.Г. Лингвокультурная концептология: становление и перспективы // Известия РАН. Серия литературы и языка. 2007. Т. 66, № 2. С. 13–22. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lincon.narod.ru/articles.htm> (дата обращения: 03.03.2021).

23. Воркачев С.Г. Методологические основания лингвоконцептологии // Теоретическая и прикладная лингвистика. Аспекты метакоммуникативной деятельности. 2002. № 3. С. 79–95. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lincon.narod.ru/method.htm> (дата обращения: 03.03.2021).
24. Выготский Л.С. Мышление и речь: психологические исследования / Л.С. Выготский; – М.: «Национальное образование», 2019. – 368.
25. Гаспаров Б.М. Язык, память, образ: Лингвистика языкового существования. М., 1996.
26. Гончарова Н.Н. Языковая картина мира как объект лингвистического описания. // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2012. №2. С.397-405.
27. Демьянков В. З. «Концепт» в философии языка и в когнитивной лингвистике // Концептуальный анализ языка: современные направления исследования: сб. науч. тр. М.: Калуга, 2007. С. 26-33.
28. Деррида, Ж. Эссе об имени. СПб.: Алетейа, 1998.
29. Ефимова А. Д. Соотношение объёма значения, структуры и сферы употребления терминов «понятие» и «концепт» // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 1. С. 6–13.
30. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография / В. И. Карасик. – Волгоград: Волгоградский гос. пед. ун-т, 2004. – 477 с.
31. Карасик В.И. Базовые характеристики лингвокультурных концептов Текст. / В.И.Карасик, Г.Г.Слышкин // Антология концептов. – Волгоград: Парадигма, 2005. С. 13-15.
32. Карасик В.И. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В.И. Карасик, Г.Г.Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / под ред. И.А.Стернина. – Воронеж: ВорГУ, 2001. – С. 75–79.

33. Карасик В.И. О категориях лингвокультурологии / В.И. Карасик // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности: сб. научн. тр. Волгоград. – М.: Перемена, 2001. С. 3 – 16.
34. Карасик В.И., Стернин И.А. Антология концептов. – М.: Гнозис, 2007. – 512 с.
35. Карасик В.И., Стернин И.А. Антология концептов. Том 1. – Волгоград: «Парадигма», 2005. – 352 с.
36. Карасик В. И. Языковая матрица культуры. — М.: Гнозис, 2013. – 330 с.
37. Клакстон Г. Развитие интуиции. Как принимать верные решения без сомнения и стресса / Гай Клакстон; пер. с англ. Татьяны Землеруб. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 352 с.
38. Колесов В. В., Пименова М. В. Введение в концептологию: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2016. 248 с.
39. Колесов В. В., Пименова М. В. Концептология: учеб. пособие. Кемерово: КемГУ, 2012. № 16. 248 с.
40. Колесов В.В. Русская ментальность в языке и тексте. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2006. 624 с.
41. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЧеРо, 2003, 349 с.
42. Кошелев А.Д. О генезисе мышления и языке: Генезис понятий и пропозиций. Аристотель и Хомский о языке. Влияние культуры на язык. – М.: Издательский Дом ЯСК, 2019. – 264 с.
43. Красавский Н. А. Концепты «мудрость», «терпение», «целеустремленность» и «любовь» в аксиологической картине мира Германа Гессе // Человек. Язык. Культура: сб. науч. ст., посвящ. 60-летнему юбилею проф. В. И. Карасика: в 2-х ч. / отв. соред. В. В. Колесов, М. Влад. Пименова, В. И. Теркулов. Изд. 2-е, испр. Киев: Издательский дом Д. Бураго, 2013. Ч. 1. С. 75-84.

- 44.Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: Курс лекций. — М., 2002. — 284 с.
- 45.Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996.
- 46.Кубрякова Е.С. Языковая картина мира как особый способ репрезентации образа мира в сознании человека // Вестник Чувашского государственного педагогического университета имени И. Я. Яковлева. 2003. № 4 (38). С. 2-12.
- 47.Курицкая Е.В. Исторический путь развития английских антропонимов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: изд. Грамота, 2017.
- 48.Лахути Д., Финн В. Имя // Философская энциклопедия, т.2. М.: Советская энциклопедия, 1962.
- 49.Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: антология. М., 1997. С. 280–287.
50. Леонович О.А. Введение в англоязычную ономастику: учебное пособие / О.А. Леонович – М.: КДУ, 2015.
- 51.Лосев А.Ф. Имя. – СПб.: Алетейя, 1997 – 560.
- 52.Маслова В. А. Лингвокультурология. — М., 2001. — 208 с.
- 53.Махлина С. Т. Семиотика культуры повседневности. СПб.: Алетейя, 2009. 232 с.
- 54.Петухова Т.И. Хомякова Е.Г. Лингвокультурология в 4-х частях. Лингвокультурология I. Истоки и проблемы, учебное пособие. СПб, 2012.
- 55.Пименова М. В., Кондратьева О. Н. Концептуальные исследования. Введение. М.: ФЛИНТА; Наука, 2011. 176 с.
- 56.Пименова М.В. Методология концептуальных исследований // Антология концептов: словарь / под ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина. – М.: Гнозис, 2007. – С. 14–16.

57. Пименова М. В. Типы концептов и этапы концептуального исследования. Вестник КемГУ 2013 № 2 (54) Т.2 С. 127-131.
58. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: «АСТ: Восток – Запад», 2007.
59. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж: – М.: Истоки, 2001. 191 с.
60. Попова З.Д., Стернин И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. Воронеж: Изд-во ВГУ, 1999. 30 с.
61. Прохоров Ю.Е. В поисках концепта / Ю.Е. Прохоров. – 2-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 176 с.
62. Рыбакин А.И. Словарь английских личных имён. М., 1989.
63. Соссюр, де Ф. Заметки по общей лингвистике. М.: Прогресс, 1990.
64. Соссюр, де Ф. Труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1977.
65. Соссюр, де Ф. Курс общей лингвистики. М.: Соцэкгиз, 1933.
66. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. – М.: Академический проект, 2004. – 989 с.
67. Степанов Ю.С. Язык и метод. К современной философии языка. М.: Языки русской культуры, 1998.
68. Суперанская А.В. Как вас зовут? Где вы живёте? М., 1958.
69. Телия В.Н. Роль образных средств языка в культурно-национальной окраске миропонимания // Этнопсихолингвистические аспекты преподавания иностранных языков. М., 1996.
70. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. — М., 1996. — 288 с.
71. Токарев Г. В. Отражение процессов концептуализации семантической структурой многозначного слова // Пушкинские чтения — 2002 / Материалы межвузовской научной конференции. — СПб.: Из-во ЛГОУ, 2002. — С. 71 — 75.
72. Узнадзе Д.Н. Психологические исследования. М. 1966.

- 73.Флоренский П. Малое собр. соч. Вып.1. Имена. – М.: Купина, 1993. – 319 с.
- 74.Хайдеггер М. Путь к языку. // Время и бытие: Статьи и выступления. М., 1993. С. 259–273.
- 75.Хомский Н. Бервик Р. Человек говорящий. Эволюция и язык. – СПб.: Питер, 2019. – 304 с.
- 76.Шаховский В.И. Голос эмоций в языковом круге homo sentiens. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2019. – 144 с.
- 77.Шенкао Г. Х. Имя как социокультурный феномен: автореф. дисс. ... д. филос. н. Черкесск, 2002. 35 с.
- 78.Cumming S. Names, The Stanford Encyclopaedia of Philosophy, 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://plato.stanford.edu/entries/names/>
- 79.Fillmore Ch. J. Case Grammar // C.J. Fillmore – Fillmore's case grammar: a reader / ed. by René Dirven and Günter Radden. Heidelberg: Groos, 1987.
- 80.Fox K. Watching the English. Hodder, London, 2004.
- 81.Hough, D. Oxford Handbook of Names and Naming / ed. by C. Hough, D. — Oxford: Oxford Univ. Press, 2016, 771 p.
- 82.Katz, J. J., Fodor, J. A. The structure of a semantic theory. *Language*, 39(2), Apr–Jun, 170–210, 1963.
- 83.Kripke S.A. Naming and Necessity. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 2001.
- 84.Matushansky O. On the linguistic complexity of Proper Names, *Linguistics and Philosophy*, 31 (5): 573 – 627. 2009 [Электронный ресурс]. URL: [https://www.researchgate.net/publication/225944139\\_On\\_the\\_Linguistic\\_Complexity\\_of\\_Proper\\_Names/](https://www.researchgate.net/publication/225944139_On_the_Linguistic_Complexity_of_Proper_Names/)
- 85.Pelczar M., Rainsbury J. The Indexial Character of Names, Synthese, 1998.

86. Putnam H. Mind, Language and Reality. Philosophical Papers, volume 2. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1975.
87. Russell B. Logic and Knowledge. London: George Allen & Unwin LTD, 1956. P. 39-56.
88. Rutkowski, Mariusz. The Onomastic Discourse Analysis, 2019. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.researchgate.net/publication/339912171\\_The\\_Onomastic\\_Discourse\\_Analysis](https://www.researchgate.net/publication/339912171_The_Onomastic_Discourse_Analysis)
89. Rutkowski, Mariusz, Skowronek, Katarzyna. The Onomastic Discourse Analysis, 2010, Vol 1, p.87-95.
90. Számadó S. Szathmáry E. Selective scenarios for the emergence of natural language. Trends in Ecology and Evolution 679: 555-561. 2006.
91. Wittgenstein L. Philosophical Investigations, G.E.M. Anscombe (trans.), Oxford: Basil Blackwell. 1953

#### **Список использованных словарей**

1. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
2. Merriam Webster Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merriam-webster.com/>
3. Longman Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ldoceonline.com/>
4. Online Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. URL: [www.lexico.com/](http://www.lexico.com/)
5. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. URL: [www.etymonline.com/](http://www.etymonline.com/)
6. Online Oxford Collocation Dictionary [Электронный ресурс]. URL: [www.freecollocation.com/](http://www.freecollocation.com/)

7. Benson M., Benson E., Ilson R. The BBI Dictionary of English Word Combination. John Benjamin's Publishing Company. Amsterdam/Philadelphia, 1997.
8. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. / Лит. ред. М.Д. Литвинова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. рус. яз., 1984 – 944 с.

#### **Условные сокращения**

ФЕ – фразеологическая единица

т.н. – так называемый

т.о. – таким образом

sb, smb – somebody

sth, smth – something

BNC – British National Corpus

Классификация фразеологических единиц, содержащих лексему NAME из словаря А.В. Кунина

|    | Когнитивный признак                       | Фразеологическая единица                                                                 |
|----|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Репутация                                 | 1.1. A bad name                                                                          |
|    |                                           | 1.2. A good name                                                                         |
|    |                                           | 1.3. A good name is better than riches                                                   |
|    |                                           | 1.4. A good name is sooner lost than won                                                 |
|    |                                           | 1.5. One`s name is mud                                                                   |
| 2. | Сквернословие                             | 2.1. Call names                                                                          |
|    |                                           | 2.2. Call smb. names                                                                     |
| 3. | Разговорное выражение                     | 3.1. Give it a name                                                                      |
|    |                                           | 3.2. Trivial name                                                                        |
| 4. | Известность                               | 4.1. Go by/under the name (of)                                                           |
|    |                                           | 4.2. Have a name for smth                                                                |
|    |                                           | 4.3. Make a name (for oneself)                                                           |
|    |                                           | 4.4. A name to conjure with                                                              |
|    |                                           | 4.5. Of great name                                                                       |
|    |                                           | 4.6. Of no name                                                                          |
| 5. | Принадлежность                            | 5.1. Have one`s name on it                                                               |
|    |                                           | 5.2. Keep one`s name on the books                                                        |
|    |                                           | 5.3. Keep smb.`s name off the books                                                      |
|    |                                           | 5.4. Put one`s name down for smth                                                        |
|    |                                           | 5.5. Put one`s name to smth                                                              |
|    |                                           | 5.6. Send in one`s name                                                                  |
|    |                                           | 5.7. Take smb.`s name off the books                                                      |
|    |                                           | 5.8. To one`s name                                                                       |
| 6. | По существу                               | 6.1. In all but name                                                                     |
|    |                                           | 6.2. The name of the game                                                                |
| 7. | Не по существу (номинально)               | 7.1. In name (only)                                                                      |
|    |                                           | 7.2. Know smb. by name                                                                   |
|    |                                           | 7.3. A mere name                                                                         |
|    |                                           | 7.4. Take smb.`s name in vain                                                            |
| 8. | Выражение эмоций удивления, досады и т.п. | 8.1. In God`s (heavens) name = in the name of fortune/God/goodness/heaven/thunder/wonder |
| 9. | Имя как актер действия                    | 9.1. In one`s own name                                                                   |
|    |                                           | 9.2. In the name of                                                                      |

|     |                                         |                                    |
|-----|-----------------------------------------|------------------------------------|
| 10. | Авторитет                               | 10.1. Lend one`s name to smth      |
|     |                                         | 10.2. Use smb.`s name              |
| 11. | Имя, относящееся к конкретному человеку | 11.1. Name names                   |
|     |                                         | 11.2. No names, no pack-drill      |
| 12. | Религиозность                           | 12.1. Take the name of God in vain |
|     |                                         | 12.2. Their name is legion         |

Классификация фразеологических единиц, содержащих лексему NAME из корпуса текстов British National Corpus

| №   | Признак                | Количество | Соотношение в % |
|-----|------------------------|------------|-----------------|
| 1.  | Номинация              | 179        | 59,7            |
| 2.  | Социальная функция     | 34         | 11,4            |
| 3.  | ФЕ                     | 24         | 8               |
| 4.  | Сущность               | 12         | 4               |
| 5.  | Атрибуция              | 12         | 4               |
| 6.  | Подлинность            | 10         | 3,4             |
| 7.  | Эмотивность            | 9          | 3               |
| 8.  | Религиозность          | 8          | 2,6             |
| 9.  | Национальная специфика | 8          | 2,6             |
| 10. | Гендер                 | 3          | 1               |
| 11. | Возраст                | 1          | 0,3             |

## Результаты ассоциативного эксперимента

|     | Город                 | Возраст | Ассоциации к NAME                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----|-----------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | London                | 32      | Protector, warrior honesty, humanity                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2.  | London                | 40      | Me, identity, person, individual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3.  | London                | 36      | Rock, home, Starbucks cups                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 4.  | London                | 40      | Personality, aspiration, hope, family roots, heritage, religion, spiritual, nature, fantasy, poetry                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 5.  | London                | 40      | Naughty, ambitious, motivated, exciting                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 6.  | Nottingham            | 40      | Person, belonging, title, reference, personal, possibility, unique, family, history                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 7.  | North Weald           | 33      | Names Ben                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 8.  | London                | 35      | Forename, surname                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 9.  | London                | 33      | Abbreviation, nickname, brand, pronunciation, registry, spelling, locality, alias, surname, pseudonym, suffix, catalogue, discover.                                                                                                                                                                                                                               |
| 10. | London                | 34      | People, animals, places, food, music                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 11. | London                | 32      | The word to me is just a label and doesn't quite normally represent what or who a person is. It's just something to remember someone by but name also can be used to represent person they haven't met and got to know well. Like people called David are boring and Harriet are posh because it fits in with society thinks of those names and its associations. |
| 12. | Ascot                 | 33      | A label for people/places, can be positive or negative if they are nicknames                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 13. | Stoke-on-Trent        | 32      | Title, label, nomenclature, tag, moniker, reputation, brand                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 14. | Barnet (North London) | 34      | Name football, name dining, name holiday travel, name outdoor sports, name meditating, name gyming, name socialising, name adrenaline junkie, name self-development                                                                                                                                                                                               |

|     |               |    |                                                                                                                                              |
|-----|---------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15. | Milton Keynes | 33 | A noise you make that is assigned to a particular person to get their attention                                                              |
| 16. | Upminster     | 33 | Identity, family, heritage, moniker                                                                                                          |
| 17. | London        | 32 | label, define, 1 and only, unique, average joe, nickname, noble, legendary, prominence, respect, enforce, remembrance, joy, happiness, fear. |
| 18. | London        | 38 | moniker, nameplate, name card, namesake, sign, signal, word, name-calling, symbol, designation, christen.                                    |
| 19. | London        | 34 | Names Marcus                                                                                                                                 |
| 20. | London        | 35 | My name                                                                                                                                      |