

Научная статья
УДК 811.111.373
doi: 10.17223/19986645/85/4

Культурный фон английских устойчивых выражений с компонентом-антропонимом как детерминанта разной степени их освоения не носителями английского языка

**Наталья Александровна Лаврова¹, Александр Олегович Козьмин²,
Оксана Анатольевна Гумма³**

*^{1,2} Московский государственный институт международных отношений
(университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации,
Москва, Россия*

³ Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия

¹ n.lavrova@inno.mgimo.ru

² a.kozmin@inno.mgimo.ru

³ oksgumm@gmail.com

Аннотация. Рассматривается степень освоения не носителями английского языка английских устойчивых выражений с именем собственным прецедентного характера. Анализируются четыре группы антропонимических фразеологизмов: мифологические, связанные с бытом и фольклором англичан, библейского происхождения и содержащие имена литературных персонажей и героев кинематографа. Особое внимание уделяется культурному фону, т.е. культурным коннотациям, которые оказывают непосредственное влияние на степень усвоения устойчивых выражений прецедентного характера. По итогам анализа делается вывод о наличии статистической корреляции между культурным фоном антропологических фразеологизмов и степенью усвоения их семантики не носителями английского языка.

Ключевые слова: фразеология, идиоматика, антропонимика, тезаурус, культурный фон, прецедент

Для цитирования: Лаврова Н.А., Козьмин А.О., Гумма О.А. Культурный фон английских устойчивых выражений с компонентом-антропонимом как детерминанта разной степени их освоения не носителями английского языка // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2023. № 85. С. 60–84. doi: 10.17223/19986645/85/4

Original article

doi: 10.17223/19986645/85/4

Cultural connotations of English anthroponymic idioms as indices of variable non-native English speakers' knowledge of their meanings

Nataliya A. Lavrova¹, Alexander O. Kozmin², Oksana A. Gumma³

^{1,2} *Moscow State Institute of International Relations MGIMO University, Moscow, Russian Federation*

³ *Moscow Pedagogical State University, Moscow, Russian Federation*

¹ *n.lavrova@inno.mgimo.ru*

² *a.kozmin@inno.mgimo.ru*

³ *oksgumm@gmail.com*

Abstract. The aim of the article is to establish to what extent cultural connotations have a bearing on non-native speakers' awareness of semantics of idioms with proper names. The research is experimental and is justified by the following practical, methodological and pedagogical problem: most undergraduate students majoring in English seem to experience difficulty in understanding and interpreting anthroponymic idiomatic expressions as they lack awareness of the etymology of proper names as idiomatic components. With the above aim and problem in mind, the following methodology was applied. The research was conducted in a four-stage stepwise fashion. At the initial stage, the statistical method of systematic sampling was used, as a result of which 3476 idioms were selected for the total sample from current dictionaries of anthroponymic idioms. Other methods used in the research are stratified sampling, phraseological analysis, experimental research (open and closed testing), unstructured interview, the ANOVA analysis and the Tukey's HSD test. To obtain experimental data, 40 advanced Russian undergraduate students at Moscow Pedagogical State University (with the mean age of 23 years) were asked to complete a multiple-choice test. For this purpose, a subsample of 100 idioms was selected through the statistical method of stratified sampling. Thematically, the idioms selected for the test were divided into the following four groups: (1) mythological anthroponymic idioms, (2) anthroponymic idioms connected with English folklore and history, (3) idioms with biblical anthroponyms, (4) anthroponymic idioms traced back to popular films and literature. The participants were not aware of this thematic layout and were given 120 minutes to complete the task. Each idiomatic expression was thus given slightly more than a minute (about 64 seconds), which is enough time to come up with the target item if the learner is aware of its existence. Prior to the experimental task, an unstructured interview with each participant was conducted, in which they were asked to recollect several myths, several English traditions or customs, several biblical allegories and several well-known films or literary characters. The hypothesis of the research was formulated as follows: Russian learners' extralinguistic awareness of various historical and cultural precedents as well as idiomatic polysemy, semantic transparency and isomorphism have a direct bearing on linguistic knowledge of anthroponymic idioms. The directional hypothesis was that idioms that have the names of literary and cinematic characters are interpreted better than the rest of the idioms. The results of the ANOVA analysis and Tukey's HSD test confirmed the working hypothesis and revealed that there is a statistically significant difference between mythological idioms and the other three groups. The inter-group variation proved to be 6 times as high as the intra-group variation, with p-value at 0.000669.

Given that F-critical is at 2.66256856, which is lower than F (6.00977), the null-hypothesis about learners' equal awareness of the semantics of different groups of anthroponymic idioms was rejected. The post-hoc Tukey analysis revealed the honestly significant difference being at 2.8877, while the pairwise comparison between the four groups of idioms revealed a statistically significant difference between groups 1 and 2, 1 and 3, 1 and 4. However, the directional hypothesis was disproved. Given the research findings, it seems relevant to conduct a multi-factorial statistical analysis taking into account several parameters of idioms, such as their transparency, isomorphism and polysemy. Participants' gender can also be taken into account: it would be interesting to see if there is a positive correlation between the gender and understanding of feminine and masculine idioms. Another factor worth considering is the channel through which idiomatic knowledge is spread and in what way it has a bearing (either positive or negative) on the degree of their internalization by non-native speakers and learners of English.

Keywords: phraseology, idiomaticity, anthroponymics, thesaurus, cultural connotations, precedent

For citation: Lavrova, N.A., Kozmin, A.O. & Gumma, O.A. (2023) Cultural connotations of English anthroponymic idioms as indices of variable non-native English speakers' knowledge of their meaning. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 85. pp. 60–84. (In Russian). doi: 10.17223/19986645/85/4

Введение

Распространённость устойчивых выражений в речи такова, что, согласно наиболее консервативным подсчётам, каждое пятое высказывание является идиоматическим [1]. Это свидетельствует о важной роли устойчивых выражений как в ментальном лексиконе [2], так и в коммуникации [3]. Практика преподавания английского языка показывает, что студенты испытывают трудности при декодировании и интерпретации устойчивых выражений с именем собственным: ср. *a charley horse, Naboth's vineyard, Jim Crow, to wear Joseph's coat* и т.д. [4, 5]. По результатам преподавания раздела «Фразеология» курса «Лексикология английского языка» авторы настоящего исследования обнаружили, что большинство русскоязычных студентов направления «Межкультурная коммуникация» не знакомы с культурными коннотациями фразеологизма, что значительным образом затрудняет понимание семантики идиоматического выражения.

Таким образом, *проблема* настоящего исследования носит как семасиологический, так и ономасиологический характер: изучающие английский язык на продвинутом этапе обучения испытывают трудности как при необходимости кодирования соответствующего понятия, так и при интерпретации значения устойчивого выражения с именем собственным. Это обусловлено уникальным культурным фоном, кодируемым в семантике антропонимических фразеологизмов¹. В лингвострановедении под культурным фоном

¹ В настоящем исследовании термины «фразеологический антропоним», «антропонимический фразеологизм», «фразеологизм с антропонимом», «фразеологизм с именем собственным» и другие используются как синонимические.

понимается эксплицитно или (чаще) имплицитно выраженная информация о культуре общества, процессе его исторического развития, отражающаяся через средства национально-культурной номинации. Созданию культурного фона способствует информация, представленная в семантической структуре слова, главным образом в национально-маркированной лексике и словесных комплексах [6, 7]. В настоящем исследовании нас интересует, прежде всего, культурная информация, фиксируемая именем собственным в семантике устойчивого выражения. Данная информация обусловлена сведениями о конкретных (реальных или вымышленных, гипостазируемых) личностях – носителях имени собственного.

Степень разработанности проблемы

По сравнению с литературой, посвященной классификации фразеологизмов, экспериментальные исследования, направленные на изучение влияния культурного фона на степень понимания и правильного употребления антропонимических фразеологизмов, немногочисленны. Можно предположить, что, с одной стороны, это обусловлено сложностью проведения эксперимента, а с другой – некоторым опасением авторов учебников и учебных пособий приводить в качестве примера фразеологизмы с именем собственным, так как антропоним часто является именем конкретной исторической личности, с которой иностранные студенты могут быть незнакомы. Как следствие, создается ложное впечатление о том, что данный пласт устойчивых выражений является маргинальным. Как правило, авторы исследуют различные тематические или семантические группы устойчивых выражений [8, 9], подсчитывают частотность опорных слов в составе фразеологизма [9], исследуют образуемые идиомами когнитивные метафоры [10] или изучают репрезентацию устойчивых выражений в ментальном лексиконе [11, 12].

Исследование И.С. Башмаковой [13] посвящено проблеме контекстуальной интерпретации фразеологизмов с антропонимами, которые подразделяются автором на народные (*cousin Betty, a proper Charlie*), историко-мифологические (*a banquet of Lucullus, a Roland for an Oliver*), библейские (*as old as Methuselah*), литературные (*a Barmecide feast*) и шекспиризмы (*Cordelia's gift*). Автор отмечает, что успешное декодирование фразеологизма зависит от степени осведомленности читателя о культурном фоне, отраженном в семантике фразеологизма с антропонимом: по мере усложнения культурного фона (английский фольклор и литература) степень понимания семантики фразеологизма понижается. Однако И.С. Башмакова не проводит экспериментального исследования с изучающими английский язык и опирается преимущественно на интуитивно-умозрительный анализ.

Корпусно-экспериментальное исследование Э. Рафатбахш и А. Ахмади [14] обнаружило, что традиционный подход к обучению английским устойчивым выражениям, в том числе с именами собственными, не принимает во внимание историю возникновения антропонима в составе фразеологизма. Авторами был собран пятитысячный корпус примеров семантизации

фразеологизмов, в которых только в 8% случаев преподаватели объясняли происхождение имени собственного в составе фразеологизма. Данный подход идет вразрез с принципом сознательности в преподавании иностранного языка, в соответствии с которым при семантизации новых слов и выражений необходимо задействовать высшие психические функции, а также активировать межпредметные связи, прежде всего, связанные с историей и культурой страны изучаемого языка. По мнению Э. Рафатбахш и А. Ахмади, так называемый семантический подход к изучению устойчивых выражений оказывается более адекватным, чем несемантический подход, при котором идиомы объединяются в группы исходя из чисто формального признака, например расположения по алфавиту или с учетом количества слов в их составе. Авторы подчеркивают, что семантический подход предполагает экспликацию культурных коннотаций, кодируемых ФЕ, однако идиомы не делятся на тематические группы исходя из их культурного фона. Проблема интерпретации антропонимических ФЕ, осложненных культурными коннотациями, также не рассматривается.

Экспериментальное исследование С.А. Шпренгер [15] носит многофакторный характер и направлено на установление того, каким образом разные группы идиом усваиваются в онтогенезе с учетом таких параметров, как возраст и образование носителей языка, частотность и степень прозрачности идиом, а также их структура. Исследование проводилось в несколько этапов с разными группами участников, возраст которых варьировался от 12 до 86 лет. Результаты исследования показали, что степень правильного декодирования идиом участниками до 40 лет зависит от степени их прозрачности: фразеологические сочетания, значение которых является лишь частично переосмысленным, интерпретируются быстрее, чем фразеологические сращения, являющиеся полностью переосмысленными. Кроме того, количество правильно интерпретированных фразеологических сочетаний в семь раз превышает количество верно интерпретированных сращений. После 65 лет количество правильно интерпретированных идиом уменьшается, что, по всей видимости, обусловлено естественным процессом старения участников эксперимента. Наиболее нестабильной группой оказались участники в возрасте до 20 лет, что, по-видимому, обусловлено более ограниченным лингвистическим опытом молодого поколения [16]. Таким образом, поскольку наиболее нестабильными оказались группы до 20 и после 65 лет, авторы рекомендуют привлекать к опросу участников в возрасте от 20 лет, являющихся студентами высших учебных заведений, и до 65 лет. Несмотря на большой потенциал проведенного опроса, его некоторым недостатком является чисто формальное распределение идиом по группам – в зависимости от количества опорных слов в составе устойчивого выражения – от двух (*doubting Thomas*) до шести компонентов (*to rob Peter to pay Paul*). Кроме того, авторы не показывают, каким образом прозрачность и семантическая мотивированность идиом связаны с определенным типом культурного фона. Таким образом, наше исследование, в котором устойчивые выражения делятся на несколько тематических групп в зависимости от

прототипа антропонима, призвано показать, как интерпретация определенных тематических групп коррелирует с их культурным фоном.

Исследование Е. Коган [17] посвящено анализу региональных устойчивых выражений с именем собственным. Анализируя локальные идиоматические варианты, автор приходит к выводу, что наибольшей частотностью обладают прозрачные и мотивированные идиомы, которые легко декодируются носителями костромского варианта русского языка (ср. *нарядиться, как Анисья Климовская* – «быть небрежно одетой», *Маша с Яшей* – «два неразлучных друга»). Наибольшие сложности в декодировании вызвали те устойчивые выражения, мотивация и происхождение которых не ясны носителям костромского диалекта. Таким образом, отсутствие осведомленности о культурном фоне фразеологизмов сказывается отрицательно на количестве правильных ответов. Проанализировав имеющиеся словари устойчивых выражений, автор приходит к выводу, что, во-первых, не все словари дают этимологическую справку относительно происхождения идиом с именем собственным и, во-вторых, отбор идиом для идиоматического словаря не учитывает данные опросов носителей языка, а это значит, что большинство словарей не отражают то, каким образом идиомы представлены в ментальном лексиконе: частотные и более современные идиомы вызываются из памяти легче и быстрее, поэтому именно они должны в первую очередь фиксироваться словарями устойчивых выражений.

Цель экспериментального исследования Т. Амос Н. и Х. Абас И. [18] – выявить, каким образом не носители английского языка усваивают значения устойчивых выражений, исходя из способа их презентации и семантизации: по мнению авторов, объяснение значения идиом, содержащих информацию об исторических явлениях и личностях, должно опираться на принцип сознательности в обучении языку, согласно которому понимание некоторых исторических фактов и событий, послуживших источником устойчивых выражений, способствует более глубокому и правильному пониманию значения идиомы. Результаты эксперимента показали, что идиомы, которые преподаются традиционным, т.е. нетематическим, способом, усваиваются хуже в том случае, если задействован только один канал восприятия информации, в то время как идиомы, семантизация которых проводилась мультимодальным способом, усваиваются легче и быстрее. Несмотря на то что авторы не делают выводов относительно степени усвоения антропонимических идиом, представляется, что предлагаемые аудио- и видеофрагменты являются оптимальным способом экспликации культурного фона антропонимических идиом, поскольку персонажи и герои, в отношении которых они используются, не только являются прототипическими референтами соответствующего выражения, но также нередко дают метаязыковой комментарий относительно значения антропонимической идиомы.

В исследовании Й. Шершунович [19] в сопоставительном аспекте анализируется оценочная коннотация идиоматических выражений с антропонимом. Автор отмечает, что в составе фразеологизмов антропонимы являются носителем культурной информации, отражая историю, традиции и

верования определенной лингвокультуры. Интертекстуальный характер антропонимов в составе идиом проявляется в том, что они отсылают к таким известным текстам, как Библия, басни, предания, фольклор, кино, произведения искусства и т.д. Несмотря на то что правильная интерпретация фразеологизма без понимания происхождения онима в его составе возможна, опрос носителей языка показал, что 83 % не могут объяснить, почему определенное имя собственное было выбрано как основной конститuant идиомы. Исследование также показало, что знание прецедентных текстов, в которых впервые употребляется оним, значительным образом повышает мотивацию к изучению устойчивых выражений, а также степень их адекватного декодирования. Наиболее многочисленными группами идиом с именем собственным оказались Библия (*doubting Thomas, Judas kiss*), классическая мифология (*Pandora's box, Achilles heel*), литературные тексты (*Jekyll and Hyde, Alice in Wonderland*), предания и легенды (*Columbus egg, peeping Tom*), популярная культура (*Barbie doll, Rambo methods, the Oprah effect*), история (*Napoleonic scale*), имена известных личностей (*Hobson's choice, according to Hoyle*), частотные первые имена (*every Tom, Dick and Harry, to keep up with the Joneses*). Автор отмечает, что антропоним в составе устойчивого выражения передает стереотипную информацию и именно поэтому обладает определенной культурной коннотацией. Важной особенностью антропонима в составе фразеологизма является то, что он представляет собой «деантропонимический дериват» (термин Й. Шершунович), поскольку он функционирует в языке и как имя собственное, и как имя нарицательное, обладающее дополнительной, т.е. коннотативной, информацией. Автор показывает, что общее коннотативное значение идиомы может возникать либо только за счет имени собственного (*Apollo*), либо за счет дополнительного смыслового приращения, появляющегося как следствие взаимодействия семантики антропонима с другими компонентами идиомы: ср. *Paul Pry, Joe Soap, Joe Sixpack*. Однако автор не показывает, какие идиомы интерпретируются реципиентом легче и быстрее: те, в которых культурная коннотация не осложнена дополнительными семантическими приращениями, или те, в которых на культурный фон накладывается семантика остальных компонентов идиомы.

Лингводидактическое исследование К. Конклин и Г. Кэррола [5] посвящено интерферентному влиянию на интерпретацию иноязычных устойчивых выражений. По данным ученых, форма и значение идиом родного языка оказывает влияние на успешность/неуспешность интерпретации иноязычных устойчивых выражений. Изоморфные идиомы интерпретируются легче и быстрее, чем алломорфные. Это означает, что в практике преподавания иностранных идиом необходимо принимать во внимание принцип положительной интерференции, в соответствии с которым общий культурный фон межъязыковых фразеологизмов облегчает усвоение их семантики носителями английского языка. Однако авторы не проводят корреляционного анализа между определенным культурным фоном и сложностью или легкостью освоения семантики фразеологизмов носителями разных языков,

таким образом, проблема остаётся разработанной лишь фрагментарно, с фокусом на типологических особенностях языков, а не на этимологии сходных по структуре фразеологизмов.

Изучение антропонимических фразеологизмов актуально не столько с научной, но и с методологической точки зрения. Анализ учебных пособий и фразеологических словарей обнаружил недостаточное внимание к культурным коннотациям английских фразеологизмов с именем собственным: в современных пособиях для подготовки к международным экзаменам CAE и CPE принцип отбора идиом с ономастическим компонентом ориентирован преимущественно на тематическое распределение идиом по группам без учета их культурного фона. Наиболее широко представлены следующие группы: «Литература и кинематограф», «Мифология», «Англоязычные реалии» в разделах *idiom spot, phrase spot, vocabulary development* (ср. серия пособий *Complete Advanced* [20]; *Advanced Expert* [21]; *English Idioms in Use (Advanced)* [22]; *Objective Proficiency* [23]; *Idioms and Phrasal Verbs* [24]). Несмотря на визуализацию некоторых, хотя и далеко не всех идиом, большинство пособий не затрагивает вопроса их происхождения, в частности, отсутствуют данные о культурно-исторической значимости антропонима. На наш взгляд, данный подход не является оптимальным, хотя и частично оправдан с точки зрения экономии времени и печатного пространства. Некоторые пособия игнорируют идиомы с антропонимом, несмотря на имеющиеся данные о том, что такие антропонимы, как *Tom, Jack, Jane* и *Joe*, являются частотными в составе английских идиоматических выражений [12].

Таким образом, обзор имеющейся литературы по теме исследования обнаружил следующие пробелы в изучении английских фразеологизмов с антропонимическим компонентом:

- 1) недостаточное количество экспериментальных исследований, посвящённых степени усвоения не носителями английского языка семантики фразеологизмов-антропонимов;
- 2) отсутствие эмпирических и теоретических исследований, устанавливающих наличие непосредственной статистической корреляции между культурным фоном устойчивых выражений и степенью их усвоения не носителями английского языка;
- 3) несистематичная и непоследовательная фиксация культурологической и этимологической информации в словарных и учебных изданиях, а также наличие противоречивых данных об источнике антропонима в составе антропонимического фразеологизма.

Настоящее исследование призвано восполнить указанные пробелы. Основная цель исследования – установить наличие корреляции между определенным культурным фоном антропонимического фразеологизма и степенью усвоения его семантики не носителями английского языка. Представляется, что те фразеологизмы, значение которых интерпретируется неверно, нуждаются в культурологическом комментарии в идиоматических словарях, предназначенных для не носителей английского языка. Таким образом,

полученные данные позволят выявить группы антропологических фразеологизмов, которые необходимо сопровождать специальной пометой в словарях.

Методология и материал исследования

Для достижения поставленной цели в работе использовалась следующая комплексная методология: метод фразеологического описания, метод словарных дефиниций, лингвистический эксперимент, семантический и культурологический анализ, неструктурированное интервью, метод систематической и стратифицированной выборки, дисперсионный анализ, постэкспериментальный тест Тьюки. Для проверки гипотезы был выбран дисперсионный анализ (ANOVA), так как он позволяет установить статистическую значимость межгрупповых и внутригрупповых различий, т.е. определить, является ли разница в интерпретации студентами значений идиом случайной или существует взаимосвязь (корреляция) между культурным фоном идиом и освоением их значения студентами. Уровень значимости (α) принимался за 0,05. Внутригрупповая вариация представляет собой распределение правильных ответов студентов внутри каждой из четырёх групп фразеологизмов (мифологических, бытовых, библейских и литературно-кинематографических). Межгрупповая вариация – распределение правильных ответов между этими четырьмя группами.

В экспериментальной части исследования приняли участие 40 студентов 3-го и 4-го курсов Московского педагогического государственного университета в возрасте от 20 до 24 лет, прослушавших курс английской лексикологии, в том числе курс английской фразеологии, общим объемом 50 академических часов. Из 40 студентов 26 – представители женского пола. Все студенты имеют высокий средний балл по английскому языку – от 89 до 99 баллов из ста возможных. Таким образом, студенты, имеющие низкий балл по английскому языку, не принимали участия в эксперименте.

Материалом исследования послужило два корпуса – основной корпус объемом 3476 идиом фразеологических единиц, отобранных методом систематической выборки из следующих словарей фразеологических антропонимов: *Longman Dictionary of English Idioms* [25], *Collins Cobuild Dictionary of Idioms* [26], *Longman Pocket Idioms Dictionary* [27], *The Oxford Dictionary of Idioms* [28]. Второй корпус, т.е. подкорпус, непосредственно задействованный в экспериментальной части исследования, представлен четырьмя блоками фразеологизмов по 25 единиц, отобранных из основного корпуса методом стратифицированной выборки. Четыре блока фразеологизмов были распределены по тематическим группам, среди которых наиболее номинативно плотными оказались следующие:

1) мифологические фразеологизмы с именем собственным (*Sisyphean labour, a Herculean task, to cut the Gordian knot*);

2) фразеологизмы с антропонимом, связанным с бытом и/или фольклором англичан (*to put one's John Hancock, an average Joe, Bob's your uncle*);

3) фразеологизмы с антропонимом библейского происхождения (*holy Moses, Noah's Ark, to have the patience of Job, as old as Methuselah, Balaam's ass*);

4) фразеологизмы, содержащие имена литературных персонажей и героев кинематографа (*Walter Mitty, Bobbsey twins, Mr. Scrooge, Jekyll and Hyde, Bertie Wooster*)

Процедура и анализ данных. Лингвистический эксперимент проходил в несколько этапов. На первом этапе, задача которого – выявить, какие группы антропонимических фразеологизмов обнаруживают наибольшие и наименьшие пробелы в знаниях студентов, информантам был предложен тест многократного выбора (задание закрытого типа) общим количеством сто фразеологизмов с именем собственным. Задания были сформулированы на английском языке, но не были эксплицитно разделены на четыре группы для того, чтобы не отвлекать студентов и не нарушить ход экспериментального исследования. Ниже приводится пример (фрагмент) задания для информантов (по одному примеру на каждую группу):

Choose the correct meaning of the idioms with proper names:

Sisyphian labour means:

1. something easy and enjoyable
2. a difficult and futile task
3. a stimulating job that makes you happy
4. something dangerous and risky

Jack the lad means:

1. a smart boy
2. a confident young man
3. a naughty child
4. a situation when something goes wrong

To have the patience of Job means:

1. to be impatient
2. to have a great deal of patience
3. to get on someone's nerves
4. to be a teacher

Bertie Wooster means:

1. a gambler
2. a person who wastes his time
3. an ambitious man
4. a foolish rich person who often gets in trouble

Задача следующего этапа заключалась в сопоставительном анализе данных, полученных на предыдущем этапе эксперимента, с установлением корреляции между средними величинами результативности усвоения групп фразеологизмов, различающихся по типу принадлежности к одной из четырех групп, т.е. по типу культурного фона. На последнем этапе со студентами было проведено неструктурированное интервью с целью установления того, значение каких антропонимических фразеологизмов вызвало наибольшие

затруднения и чем, по их мнению, это было обусловлено. Во время интервью информанты могли видеть фразеологизмы и свои ответы.

Обработка числовых данных проводилась с помощью онлайн-калькулятора для дисперсионного анализа, доступного по ссылке <https://www.socscistatistics.com/tests/anova/default2.aspx> и использующего пакет прикладных программ MATLAB. Абсолютное количество правильных ответов по четырем группам фразеологизмов, устойчивые выражения с именем собственным, которые наиболее часто интерпретируются неверно русскоязычными информантами, а также медиана (средний показатель правильно декодируемых идиом с именем собственным) были получены с помощью автоматической обработки числовых данных в гугл-формах.

Нулевая гипотеза экспериментального исследования была сформулирована следующим образом: культурный фон антропонимических фразеологизмов не является статистически значимым для понимания их семантики не носителями английского языка продвинутого этапа обучения. **Научная** гипотеза исследования заключается в том, что понимание значения данных фразеологизмов на продвинутом уровне обучения *зависит* от культурного фона, кодируемого фразеологизмом, а также от степени изоморфизма, семантической прозрачности и многозначности устойчивого выражения. **Направленная альтернативная гипотеза** заключается в том, что группа фразеологизмов, содержащих имена литературных персонажей и героев кинематографа, вызывает наименьшие сложности в интерпретации, так как многие из них были усвоены через каналы распространения массовой культуры (популярные книги и кинофильмы).

Результаты исследования

Результаты эксперимента обнаружили следующее процентное распределение верно декодированных идиом:

- 1) мифологические фразеологизмы с именем собственным – 16,75%;
- 2) фразеологизмы с антропонимом библейского происхождения – 13,62%;
- 3) фразеологизмы с антропонимом, связанным с бытом и/или фольклором англичан, – 12,97%;
- 4) фразеологизмы, содержащие имена литературных персонажей и героев кинематографа, – 12,45%

На диаграмме (рис. 1) представлено абсолютное количество правильных ответов по четырем группам фразеологизмов.

Диаграмма размаха (рис. 2) позволяет визуализировать данные разброса правильных интерпретаций студентами идиом.

На усеченной легенде (рис. 3) в порядке возрастания представлены устойчивые выражения с именем собственным, которые наиболее часто интерпретируются неверно русскоязычными информантами.

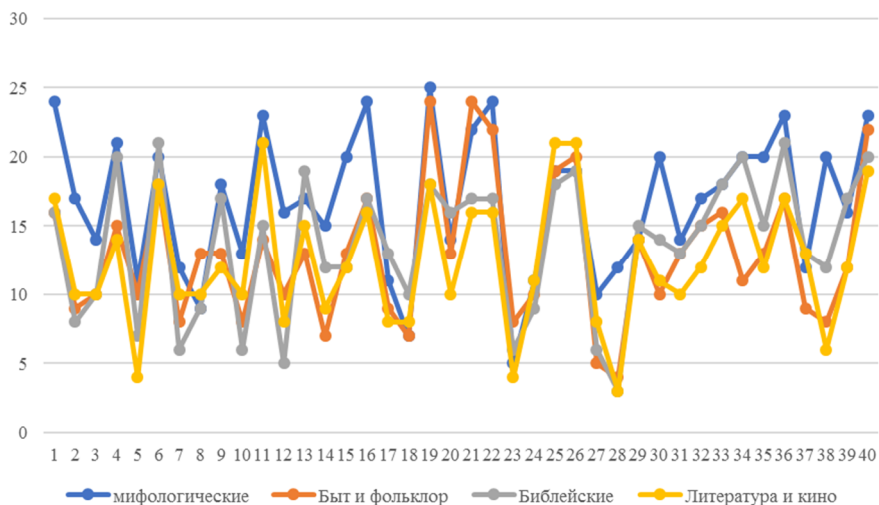


Рис. 1. Абсолютное количество правильных ответов по четырем группам фразеологизмов

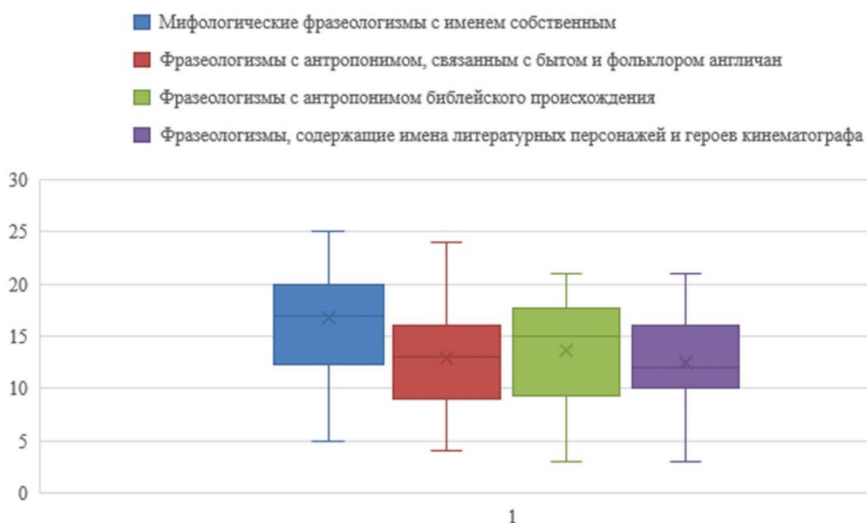


Рис. 2. Диаграмма размаха и диапазон правильных интерпретаций четырех групп идиом русскоязычными респондентами

По сравнению с фразеологизмами других групп, наиболее сложными для понимания оказались идиомы, связанные с бытом и фольклором англичан (в порядке уменьшения степени сложности): *Dolly Varden* (4%), *Molly Coddle* (7%), *Jack Horner* (9%), *Nancy boy* (11%). Однако в целом процент

правильной интерпретации значения идиом этой группы выше процента идиом, связанных с литературой и кинематографом.

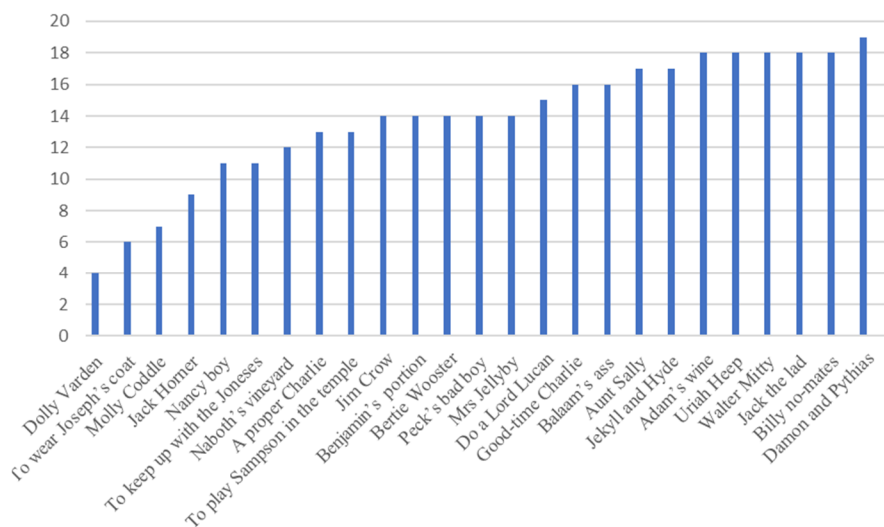


Рис. 3. Усеченная легенда устойчивых выражений с именем собственным, вызвавших наибольшее количество ошибочных интерпретаций (в порядке возрастания правильных ответов из 40)

В табл. 1 показан диапазон правильных ответов, а также медиана – средний показатель правильно декодируемых идиом с именем собственным.

Т а б л и ц а 1
Диапазон правильных ответов (от 1 до 100) и медиана, баллы

Удовлетворительно	Медиана	Диапазон
55, 78 из 100	57 из 100	22–85

Обращает на себя внимание большой разброс в диапазоне правильных ответов – от 22 до 85, что в целом свидетельствует о нестабильности знаний английских фразеологизмов с именем собственным. За некоторым исключением (ср. *Weary Willie, a proper Charlie*) наименьшие сложности в интерпретации вызвали фразеологические сочетания, т.е. такие идиомы, в которых один или несколько компонентов употребляются в прямом значении. Процентное соотношение полупрозрачных идиом по каждой группе было следующим: мифологические – 25%, библеизмы – 25%, быт и фольклор – 35%, персонажи литературных произведений и кинематографа – 26%.

Для уточнения степени освоения семантики антропонимических фразеологизмов между отдельными группами антропонимических фразеологизмов (мифонимов, библеизмов, литературно-кинематографических и связанных с повседневной жизнью англоговорящего этноса) был использован тест

Тьюки, показавший, что межгрупповая вариативность статистически значима при HSD (honestly significant difference), равном 2,8877. Сравнение средних показателей в каждой группе обнаружило статистически значимую разницу между группами мифологических фразеологизмов и остальными группами антропонимических фразеологизмов. Результаты постэкспериментального теста Тьюки представлены в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Попарное сравнение средних показателей в четырех группах антропонимических фразеологизмов (подробная легенда)

Попарное сравнение		HSD ₀₅ = 2.8877 HSD ₀₁ = 3.5186	Q ₀₅ = 3.6726 Q ₀₁ = 4.4750
T ₁ :T ₂	M1 = 16,75 M2 = 12,97	3,78	Q = 4,80 (p = ,00478)
T ₁ :T ₃	M1 = 16,75 M3 = 13,63	3,13	Q = 3,97 (p = ,02828)
T ₁ :T ₄	M1 = 16,75 M4 = 12,45	4,30	Q = 5,47 (p = ,00092)
T ₂ :T ₃	M2 = 12,97 M3 = 13,63	0,65	Q = 0,83 (p = ,93662)
T ₂ :T ₄	M2 = 12,97 M4 = 12,45	0,53	Q = 0,67 (p = ,96509)
T ₃ :T ₄	M3 = 13,63 M4 = 12,45	1,18	Q = 1,49 (p = ,71628)

Статистический метод обработки данных обнаружил статистически значимую зависимость между первой группой фразеологизмов и остальными тремя группами, в то время как среди второй, третьей и четвертой групп корреляций не обнаружено, при этом общее знание этих трех групп фразеологизмов оказалось достаточно низким. Таким образом, нулевая гипотеза может быть отвергнута, а научная гипотеза исследования о разной степени усвоения семантики антропонимических фразеологизмов в зависимости от их культурного фона подтверждается (см. приложение). Однако направленная гипотеза исследования о том, что группа фразеологизмов, содержащих имена литературных персонажей и героев кинематографа, вызывает наименьшие сложности в интерпретации, была опровергнута: эта группа оказалось наиболее сложной для правильного понимания информантами.

Обсуждение результатов исследования

Детальный пост-экспериментальный анализ обнаружил общие закономерности правильного и неправильного понимания информантами семантики фразеологических антропонимов. Наименьшие сложности в перефразировании вызвали изоморфные идиомы, т.е. такие, форма и значение которых обнаруживают межъязыковой параллелизм: группа 1 (64%), группа 2 (0%), группа 3 (40%), группа 4 (24%). Можно видеть, что первая группа, т.е. группа, имеющая наибольшее количество изоморфных идиом, содержит

наибольшее количество правильно интерпретированных фразеологизмов. По-видимому, это является одним из ведущих факторов, оказывающих влияние на степень усвоения семантики английских фразеологизмов русскоязычными студентами. Эти данные соответствуют ранее полученным данным К. Конклин и Г. Кэрролом [5], а также Й. Шершунович и Б.И. Видович [29], А. Врбинч и М. Врбинч [30], в соответствии с которыми сходные по форме и семантике идиомы осваиваются не носителями языка легче и быстрее. Общее количество верно декодированных устойчивых выражений проходит минимально допустимый порог, что находится в соответствии с данными, полученными ранее С. Шпренгер [15]. Однако можно видеть, что вторая группа, не содержащая примеров межъязыкового параллелизма, тем не менее интерпретируется информантами лучше, чем группы 3 и 4. Это означает, что на степень правильного декодирования антропологических идиом оказывают влияние и другие факторы, а именно семантический тип фразеологизма: как показано выше, фразеологизмы, связанные с бытом и фольклором англичан, содержат наибольшее количество фразеологических сочетаний (35%). Возможно, именно поэтому эта группа оказалась на третьем месте по степени правильного декодирования русскоязычными информантами.

Идиоматическая полисемия оказывает отрицательное влияние на степень правильного декодирования английских идиом русскоязычными студентами: в каждой группе идиомы, имеющие два и более значений, как правило, интерпретировались неверно. Процентное соотношение многозначных идиом по каждой группе было следующим: 1-я группа (16%), 2-я группа (14%), 3-я группа (12%), 4-я группа (8%).

Сложность интерпретации идиомы *Dolly Varden* (4%), по-видимому, обусловлена несколькими факторами. По данным словаря *Collins Cobuild Dictionary of Idioms* [26], а также словаря именных идиом Л.Ф. Шитовой [31], идиома *Dolly Varden* имеет как минимум три значения и, таким образом, является многозначной. В своем первом значении данная идиома называет неодушевленный предмет, а во втором – разновидность радужной форели, ср.: 1. a woman's large-brimmed hat trimmed with flowers, 2. a red-spotted trout, *Salvelinus malma*, occurring in lakes in North America [31]. При референции к человеку идиома имеет обобщенное значение «кокетка» и восходит к персонажу романа Чарльза Диккенса «Барнеби Радж», которая носила яркие, разноцветные платья.

Библеизм *Joseph's coat* (6%), употребляющийся в составе глагольного выражения *to wear Joseph's coat*, имеет два значения, одно из которых также номинирует неодушевленный объект, ср.: 1. a coat of many colours, 2. any of certain plants with variegated foliage [26]. Употребляясь в сочетании с глаголом, данный фразеологизированный антропоним требует не только активации знаний о библейском сюжете, но и понимания его модифицированного значения в сочетании с глаголом *to wear*: согласно *Словарю именных идиом* Л.Ф. Шитовой [31], значение идиомы *to wear Joseph's coat* – «не поддаваться искушению» (ср. англ. *to resist temptation*). Согласно библейской притче, братья Иосифа позавидовали его пальто как символу власти, они окунули

пальто Иосифа в козью кровь и показали его отцу, сказав, что Иосиф был разорван дикими зверями. Таким образом, понимание данной идиомы осложняется непростым и не очень известным библейским сюжетом, а также взаимодействием значения антропонима со значением глагола, в результате чего фразеологический антропоним превращается в идиоматическое единство или сращение.

Идиома *Molly Coddle* (7%) также многозначна, при этом первые два значения противопоставлены по семантическому признаку пола, что также затрудняет понимание ее значения: ср. 1. a tender and sensitive girl [26], 2. dated, disparaging: a pampered or effeminate man or boy [26]. Несмотря на то что студентам был предложен «компромиссный» вариант, т.е. третье, нейтральное по признаку пола значение (ср. 3. a pampered person [26]), количество правильных ответов оказалось небольшим. Происхождение идиомы связано с бытом англичан. Считается, что имя *Molly* происходит от формы имени *Mary* и ассоциируется с женщиной низкого происхождения. В начале XVII в. имя *Molly* использовалось в отношении девушек легкого поведения, а также применительно к мужчинам нетрадиционной ориентации. К началу XX в. выражение *Molly Coddle* стало использоваться по отношению к человеку, которого слишком сильно опекают, а сам он является безынициативным, вялым, пассивным.

Происхождение фразеологизма *Jack Horner* (9%) также связано с бытом и фольклором англичан. Считается, что идиома имеет своим прототипом Джека Хорнера, который жил во время роспуска монастырей Генрихом VIII в 1536 г. Джек Хорнер служил аббату Гластонбери, и ему было приказано отнести королю огромный рождественский пирог. Внутри пирога были документы на поместье Меллс в Сомерсете. В XVIII в. имя Джека Хорнера упоминается в популярном детском лимерике «Little Jack Horner». Существуют и другие версии происхождения данного антропонима, однако большинство источников так или иначе связывают его с историей и культурой Англии. В своренном английском языке данная идиома употребляется в значении ‘means of concealing a document or concealing anything’, т.е. в значении способа или средства, позволяющего скрыть что-либо.

Библеизм *Naboth's vineyard* (12%) («виноградник Навуфея») восходит к ветхозаветной притче о винограднике Навуфея, которым пытался завладеть Ахав. В результате заговора Навуфей был убит, но когда Ахав пытался завладеть его виноградником, ему явился пророк Илия и предупредил о том, что весь род его будет истреблен, а его самого постигнут беды и несчастья, если он не раскается. Услышав такое пророчество, Ахав раскаялся. В современном английском языке выражение *Naboth's vineyard* употребляется в значении «чужое имущество, которым владевают нечестным путем (ср. ‘another's possession gotten by devious, dishonest means’ [26]).

Важнейшим результатом проведенного исследования является то, что наименьшие сложности в понимании семантики ФЕ с именем собственным вызвали **устойчивые выражения мифологического происхождения** – 16,75%. Это обусловлено тем, что данные единицы составляют часть

общекультурного фонда знаний как носителей, так и не носителей английского языка: ср. *Sisyphean labour, a Herculean task, the bed of Procrustes, the thread of Ariadne, a Pandora's box, to cut the Gordian knot*. Большинство правильно декодированных идиом этой группы содержат легко узнаваемые имена собственные, которые звучат сходным образом в русском и в английском языках и являются, таким образом, изоморфными или интернациональными. Отметим, что фразеологизмам мифологического происхождения уделяется отдельное внимание в школьной программе: они не только упоминаются, но, как правило, отрабатываются на уроках литературы, русского и английского языков и истории. Наименее узнаваемыми в этой группе ФЕ оказались выражения *Damon and Pythias* (47,5%), *since Heck was a pup* (67,5%). Данные идиомы реже упоминаются в школьной программе, поэтому их форма и значение в меньшей степени прозрачны для носителей русского языка. Кроме того, ФЕ *since Heck was a pup* содержит два аферезисных сокращения, что также препятствует декодированию его значения: сокращенное имя Гектора, троянского престолонаследника в древнегреческой мифологии, а также разговорный вариант существительного *puppy*.

В группе фразеологизмов, связанных с бытом и фольклором англичан, наиболее распознаваемыми оказались фразеологические сочетания, т.е. такие ФЕ, в которых один из компонентов употребляется в прямом значении, ср.: *to be happy as Larry, nervous Nelly, dumb Dora*. Значение всех трех идиом непосредственно связано со значением входящего в его состав прилагательного, а сами ФЕ носят эмфатический характер за счет наличия антропонима, усиленного аллитерацией.

В группе библейских ФЕ наиболее узнаваемыми также оказались фразеологические сочетания и антропонимические ФЕ, в которых имя собственное носит интернациональный характер и хорошо знакомо носителям русского языка: *a Judas kiss, as patient as Job*.

Во фразеологизмах, восходящих к именам героев художественных произведений и кино, наиболее распознаваемыми оказались ФЕ *Mr. Scrooge, Aladdin's lamp, Tom Thumb, Rip Van Winkle*. Высокий процент правильного декодирования первых двух выражений, по-видимому, объясняется популярностью диснеевских фильмов в России. Фразеологизмы *Tom Thumb* и *Rip Van Winkle* имеют конкретный прототип (художественная литература, в том числе переводная) и поддерживаются разными культурно-семиотическими каналами распространения: кино, музыка, промышленность, живопись и т.д. Например, первый локомотив, созданный в Америке в начале XX в., получил название 'Tom Thumb' из-за скромных размеров. Персонаж новеллы В. Ирвинга Рип ван Винкль упоминается в большом количестве художественных, музыкальных и поэтических произведений, в живописи и даже в строительстве. Так, на сюжет новеллы написаны опера Джорджа Фредерика Бристоу, оперетта Робера Планкета и увертюра Джорджа Чедвика. У братьев Стругацких в романе «Волны гасят ветер» серия расследований о неожиданно пропадающих и неожиданно появляющихся людях имеет кодовое название «Рип ван Винкль». В 1896 г. на студии Томаса Эдисона была

снята серия фильмов о Рипе ван Винкле. Именем Рипа ван Винкля назван мост через Гудзон в штате Нью-Йорк. По сюжету новеллы американский художник XIX в. Дж. Куидор написал картину «Возвращение Рип ван Винкля» (1829). Таким образом, на усвоение значения фразеологизмов данной группы оказывает влияние сразу несколько культурно-семиотических каналов. Данный вывод подтверждает результаты, полученные Е.А. Никулиной [32] и Н.А. Лавровой и Е.А. Никулиной [33, 34] в экспериментальном исследовании с русскоязычными студентами, где было продемонстрировано, что частотность восприятия устойчивых выражений различной структуры и семантики коррелирует со степенью понимания и усвоения их значения изучающими английский язык на продвинутом уровне.

Тем не менее неожиданным результатом исследования оказалась наиболее низкая распознаваемость идиом в последней группе, связанной с английской литературой и кино. Означает ли это, что студенты все реже читают английскую литературу? Неужели так называемый лонгрид ушел в прошлое? Влияет ли лавинообразный приток информации в начале XXI в. на формирование «клипового» мышления и восприятия, при котором информация воспринимается небольшим блоками и не удерживается в долговременной памяти? Хочется надеяться, что эти и другие вопросы будут освещены в дальнейших исследованиях по сходной тематике.

Принимая во внимание вышесказанное, отметим некоторые ограничения проведенного исследования. Прежде всего, в эксперименте принимали участие студенты двух курсов – 3-го и 4-го, уровень образования которых может некоторым образом различаться. В зависимости от направления и профиля подготовки дисциплины английской лексикологии и фразеологии читаются на двух разных курсах. Тем не менее считаем, что студенты 3-го курса владеют не только английским языком на высоком уровне, но также прослушали достаточное количество теоретических и практических дисциплин – основы языкознания, практическая и теоретическая фонетика английского языка, основы межкультурной коммуникации и т.д., что делает их подготовленными для усвоения более сложных курсов лексикологии и фразеологии, а также страноведения, литературы и искусства изучаемого языка. Другое ограничение эксперимента теоретически связано с многозначностью некоторых фразеологических антропонимов, а также с их использованием в отношении неодушевленного предмета или животного. Пост-экспериментальное интервью со студентами обнаружило, что большинство информантов связывают значение антропонимических идиом с обозначением человека – мужчины или женщины. Часть фразеологизмов-антропонимов употребляется в сочетании с глаголом или прилагательным, которые не использовались в источнике-прототипе, а появились позже в английской лингвокультуре. Понимание значения таких единиц осложняется изменением суммарного значения идиомы в результате не всегда предсказуемого взаимодействия семантики опорного и зависимого компонентов (ср. *to wear Joseph's coat*). Учитывая опровержение направленной гипотезы, в дальнейших исследованиях, по-видимому, следовало бы разграничить

группы художественных и кинематографических устойчивых выражений и посмотреть, какие усваиваются не носителями языка лучше.

Выводы и заключение

Проведенный анализ продемонстрировал, что степень освоения семантики антропонимических фразеологизмов различается в зависимости от принадлежности к одной из четырех категорий, кодируемых фразеологической единицей: полученные данные подтверждают наличие статистической зависимости между культурным фоном антропонимических фразеологизмов и степенью усвоения их семантики русскоязычными студентами продвинутого этапа изучения английского языка. Основные выводы проведенного экспериментального исследования могут быть сформулированы следующим образом.

1. Обращает на себя внимание относительно низкая степень правильного понимания значения английских фразеологизмов с именем собственным: ФЕ мифологического происхождения – 16,75; библеизмы – 13,62; ФЕ, связанные с бытом и фольклором англичан, – 12,97; ФЕ, связанные с кино и литературой, – 12,45. Неструктурированное интервью с информантами обнаружило, что абсолютное большинство из них испытывали сложности с пониманием значения имени собственного в составе фразеологизма, в то время как значения остальных слов было понятным. Таким образом, непрозрачный культурный фон сказывается отрицательно на понимании значения фразеологического антропонима. В то же время, поскольку значение фразеологизма носит идиоматический характер, вопрос о взаимовлиянии и метафорической модификации значений антропонима и остальных слов в составе фразеологизма требует дальнейшего углубленного изучения.

2. Наиболее распознаваемыми во всех четырех группах оказались изоморфные, интернациональные фразеологизмы-антропонимы мифологического происхождения, поскольку употребляемое в них имя собственное является широко известным, а соответствующие выражения упоминаются в таких школьных курсах, как русский (родной) язык, иностранный язык, литература и история. Наименее распознаваемыми оказались ФЕ с антропонимами, требующие глубоких фоновых знаний, редко употребляемые в современном английском языке, связанные с позднесредневековой или ранней новой историей Англии и ее жителей, имеющие один культурно-семиотический канал распространения.

3. В случае, если фразеологизм имеет несколько источников происхождения, а точнее, источников распространения, например, литературное произведение и кинематограф, студенты чаще декодируют его значение верно, по сравнению с фразеологизмами, которые восходят к одному источнику.

4. Сложность правильного декодирования некоторых фразеологических библеизмов с антропонимом объясняется тем, что для их понимания и интерпретации требуются углубленные знания прецедентных текстов – текстов библейских сюжетов, притч и т.д. Изучение Библии не является

обязательным предметом в большинстве современных школ и заведений среднего и высшего образования, а это означает, что знание прецедентных библейских текстов весьма ограничено.

5. Наибольшие сложности в понимании значения антропонимических фразеологизмов вызвали ФЕ, имеющие своим прототипом персонажи английской литературы и кинематографа.

Проведённое исследование с использованием статистического метода обработки данных имело однофакторный характер – проверялось наличие статистически значимой корреляции между определенным типом культурного фона и степенью освоения семантики антропонимического фразеологизма. Однако результаты исследования показали, что имеется определенная зависимость между такими переменными, как многозначность, изоморфизм и степень семантической прозрачности устойчивого выражения с антропонимом. Принимая во внимание полученные данные, представляется перспективным провести многофакторный анализ с учетом этих (а возможно, и некоторых других) характеристик устойчивых выражений. Например, в дальнейших исследованиях можно было бы постулировать наличие корреляции между каналом распространения устойчивых выражений и степенью усвоения их семантики. Возраст и пол участников опроса также могут быть приняты во внимание, а одной из задач эксперимента мог бы стать ответ на вопрос, имеется ли связь между степенью усвоения феминных и маскулинных идиом с антропонимом и полом информантов.

Другие перспективы исследования включают следующие аспекты: (1) использование принципов экспериенциальной методологии [35] при элицитации и интерпретации устойчивых выражений; (2) проведение экспериментального исследования с информантами, являющимися носителями других языков, с целью уточнения, каким образом этимологическое и типологическое родство языков оказывают влияние на понимание значения антропонимических фразеологизмов; (3) изучение влияния фоновых знаний информантов на степень усвоения семантики других групп фразеологизмов – зоонимов, фитонимов, колоронимов и др.; (4) экспериментальное изучение репрезентации в ментальном лексиконе парадигматических связей между различными антропонимами и определение степени влияния понимания значения одного антропонима на понимание значения других антропонимов в составе устойчивого выражения; (5) сопоставительно-типологическое исследование фразеологических универсалий и уникалий, содержащих в своем составе имя собственное.

**Результаты исследования межгрупповой и внутригрупповой вариативности
с применением дисперсионного анализа ANOVA**

Источник	Сумма квадратов	Степень свободы	Средний квадрат	Значение f, f критическое и значение p
Систематическая (межгрупповая) дисперсия	445,85	3	148,6167	F-распределение (распределение Фишера) = 6,00977; критическое F = 2, 66256856; F > F-critical; p = 0,000669; p < ,05
(Внутригрупповая) дисперсия	3857,75	156	24,7292	
Итого	4303,6	159		

Анализ межгрупповой вариативности показал, что она примерно в шесть раз выше внутригрупповой вариативности (см. средний квадрат). Количество степеней свободы в межгрупповой дисперсии равно количеству категорий (видов фразеологизмов) минус один $df_b = k - 1$, т.е. $4 - 1 = 3$. Количество степеней свободы внутригрупповой дисперсии равно общему количеству участников, интерпретировавших каждую идиому минус количество категорий $df_w = n - k$. Поскольку каждую идиому интерпретировали 40 студентов, а всего видов идиом 4, получается $n = 40 \times 4 = 160$. Отсюда $n - k = 160 - 4 = 156$. Итого сумма степеней свободы $df_b + df_w = 156 + 3 = 159$.

**Количество правильных ответов (среднее арифметическое)
и стандартное отклонение**

Показатель	Результат				
	Значения				
	1	2	3	4	Всего
N	40	40	40	40	160
$\sum X$	670	519	545	498	2232
Среднее арифметическое	16,75	12,975	13,625	12,45	13,95
$\sum X^2$	12242	7723	8421	7054	35440
Стандартное отклонение	5,1128	5,0357	5,052	4,6792	5,2026

Список источников

1. Moon R. Fixed expressions and idioms in English. New York : Oxford University Press, 1998. 313 p.
2. Siyanova-Chanturia A. Researching the teaching and learning of multi-word expressions // Language Teaching Research. 2017. № 21 (3). P. 289–297.
3. Fiedler S. English phraseology. A coursebook. Leipzig : Gunter Nar Verlag Tübingen, 2007. 198 p.
4. Türker E. Idiom acquisition by second language learners: the influence of cross-linguistic similarity and context // The Language Learning Journal. 2016. P. 1–12.
5. Conklin K., Carrol G. First language influence on the processing of formulaic language in a second language // Understanding formulaic language. A second-language acquisition perspective / eds. by A. Siyanova-Chanturia, A. Pellicer-Sanches. New York ; London : Routledge, 2019. P. 62–77.

6. *Верецагин Е.М., Костомаров В.Г.* Лингвострановедческая теория слова. М. : Русский язык, 1980. 320 с.
7. *Воробьев В.В.* Лингвокультурология (теория и методы). М. : РУДН, 1997. 331 с.
8. *Курицкая Е.В.* Фразеологические единицы с антропонимами в английском языке // Филологические науки. 2019. № 12 (1). С. 51–55.
9. *Шутова Л.Ф., Шутова А.В.* Идиоматический ребус: именные идиомы, их классификация, происхождение и семантические особенности // Наука, техника и образование. 2017. № 2 (32). С. 90–94.
10. *Mel'Čuk I.* Phraseology in the language, in the dictionary, and in the computer // Yearbook of Phraseology. 2012. № 3 (1). P. 31–56.
11. *Zykova I.V.* Linguo-cultural studies of phraseologisms in Russia: past and present // Yearbook of Phraseology. 2016. № 7 (1). P. 127–148.
12. *Macis M., Schmitt N.* Not just 'small potatoes': Knowledge of the idiomatic meanings of collocations // Language Teaching Research. 2017. № 21 (3). P. 321–340.
13. *Баумкова И.С.* Семантический аспект фразеологического контекста английской идиомы с антропонимом через призму анализа дискурса // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2015. № 10. С. 246–251.
14. *Rafatbakhsh E., Ahmadi A.* A thematic corpus-based study of idioms in the Corpus of Contemporary American English // Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education. 2019. № 4 (11). doi: <https://doi.org/10.1186/s40862-019-0076-4>
15. *Sprenger S.A., la Roi A., van Rij J.* The development of idiom knowledge across the lifespan // Frontiers in Communication. 2019. № 4 (29). doi: 10.3389/fcomm.2019.00029
16. *Hertzog C., Dunlosky J.* Aging, metacognition and cognitive control // The Psychology of Learning and Motivation. 2004. № 45. P. 215–251.
17. *Kogan E.S.* Proper names in dialectal idioms: stages of idiomatization // Voprosy Onomastiki. 2014. № 11 (1). P. 122–127.
18. *Tabley Amos N., Hermilinda Abas I.* Idiom comprehension using multimodal teaching approach among Zanzibar University students // Advances in Language and Literary Studies. 2021. № 12 (3). P. 82–89.
19. *Szerszunowicz J.* On the evaluative connotations of anthroponomic idioms in a contrastive perspective (based on English and Italian) // Białostockie Archiwum Językowe. 2012. № 12. P. 293–314. doi: 10.15290/baj.2012.12.18
20. *Matthews L., Thomas B.* Complete Advanced (for revised exam from 2015). Workbook with Answers with CD-ROM (2nd edition). Cambridge : Cambridge University Press, 2014. 98 p.
21. *Bell J., Kenny N.* Advanced Expert Student's Resources Book with key (3rd edition – with 2015 exam specifications). London : Pearson Education Limited, 2015. 167 p.
22. *O'Dell F., McCarthy M.* English idioms in Use (Advanced) with answers. Cambridge : Cambridge University Press, 2010. 189 p.
23. *Capel A., Sharp W.* Objective Proficiency (for revised exam from March 2013). Student's Book with Answers with Downloadable Software (2nd edition). Cambridge : Cambridge University Press, 2013. 282 p.
24. *Gairns R., Redman S.* Idioms and Phrasal Verbs. Oxford : Oxford University Press, 2011. 207 p.
25. Longman Dictionary of English Idioms. London : Addison Wesley Longman Dictionaries, 1998. 398 p.
26. Collins Cobuild Dictionary of Idioms / ed. by R.E. Moon. London : Harper Collins, 1995. 493 p.
27. Longman Pocket Idioms Dictionary. Edinburgh : Pearson Education Limited, 2002. 320 p.
28. The Oxford Dictionary of Idioms. Oxford : Oxford University Press, 2004. 323 p.

29. Szerszunowicz J., Vidović B.I. Conventional periphrases of anthroponyms from a contrastive perspective (on the example of Polish periphrastic expressions and their Croatian equivalents) // *Poznańskie Studia Slawistyczne*. 2019. № 15. P. 287–304. doi: <https://doi.org/10.14746/pss.2018.15.17>
30. Vrbinč A., Vrbinč M. Phraseological units with onomastic components: the case of English and Slovene // *Revista de lingüística teórica y aplicada*. 2014. № 52 (1). P. 133–153. doi: [10.4067/S0718-48832014000100007](https://doi.org/10.4067/S0718-48832014000100007)
31. Шумова Л.Ф. Proper name idioms and their origins. Словарь именных идиом. СПб. : Антология, 2013. 192 с.
32. Nikulina E.A. English Phraseology: Integration with Terminology Science // *Journal of Language and Education*. 2015. № 1 (2). P. 41–45. <https://doi.org/10.17323/2411-7390-2015-1-2-41-45>
33. Lavrova N.A., Nikulina E.A. Predictors of correct interpretation of English and Bulgarian idioms by Russian speakers // *Russian Journal of Linguistics*. 2020. № 24 (4). P. 831–857. doi: [10.22363/2687-0088-2020-24-4-831-857](https://doi.org/10.22363/2687-0088-2020-24-4-831-857)
34. Lavrova N.A., Nikulina E.A. Advanced Russian EFL Learners' Awareness of Idiomatic Synonymy, Antonymy, and Polysemy // *Journal of Language and Education*. 2020. № 6 (4). P. 61–76. doi: <https://doi.org/10.17323/jle.2020.9689>
35. Druzhinin A.S. Construction of irreality: An enactive–constructivist stance on counterfactuals // *Constructivist Foundations*. 2020. № 16 (1). P. 69–80.

References

1. Moon, R. (1998) *Fixed expressions and idioms in English*. New York: Oxford University Press.
2. Siyanova-Chanturia, A. (2017) Researching the teaching and learning of multi-word expressions. *Language Teaching Research*, 21 (3). pp. 289–297.
3. Fiedler, S. (2007) *English phraseology. A coursebook*. Leipzig: Gunter Nar Verlag Tübingen.
4. Türker, E. (2016) Idiom acquisition by second language learners: the influence of cross-linguistic similarity and context. *The Language Learning Journal*. 47 (2). pp. 133–144.
5. Conklin, K. & Carrol, G. (2019) First language influence on the processing of formulaic language in a second language. In: Siyanova-Chanturia A. & Pellicer-Sanches A. (eds) *Understanding formulaic language. A second-language acquisition perspective*. New York, London: Routledge. pp. 62–77.
6. Vereschagin, E.M. & Kostomarov, V.G. (1980) *Lingvostranovedcheskaya teoriya slova* [Linguacultural theory of the word]. Moscow: Russkiy yazyk.
7. Vorob'yev, V. V. (1997) *Lingvokul'turologiya (teoriya i metody)* [Linguaculture (theory and methods)]. Moscow: People's Friendship University of Russia.
8. Kuritskaya, E.V. (2019) Frazеологические единицы с антропонимами в английском языке [Phraseological units with anthroponyms in English]. *Filologicheskije nauki*. 12 (1). pp. 51–55.
9. Shitova, L.F. & Shitova, A.V. (2017) Idiomaticheskiy rebus: imennye idiomy, ikh klassifikatsiya, proiskhozhdenie i semanticheskie osobennosti [Idiomatic rebus: proper name idioms, their classification, origins and sematic peculiarities]. *Nauka, tehnika i obrazovanie*. 2 (32). pp. 90–94.
10. Mel'čuk, I. (2012) Phraseology in the language, in the dictionary, and in the computer. *Yearbook of Phraseology*. 3 (1). pp. 31–56.
11. Zykova, I.V. (2016) Linguo-cultural studies of phraseologisms in Russia: past and present. *Yearbook of Phraseology*. 7 (1). pp. 127–148.
12. Macis, M. & Schmitt, N. (2017) Not just 'small potatoes': Knowledge of the idiomatic meanings of collocations. *Language Teaching Research*. 21 (3). pp. 321–340.

13. Bashmakova, I.S. (2015) Semioticheskiy aspekt frazeologicheskogo konteksta angliyskoy idiomy s antroponimom cherez prizmu analiza diskursa [Semiotic aspect of English anthroponomic idioms phraseological context through the discourse analysis]. *Vestnik Irkutskogo gosudarsvennogo tehnikeskogo universiteta*. 10. pp. 246–251.
14. Rafatbakhsh, E. & Ahmadi, A. (2019) A thematic corpus-based study of idioms in the Corpus of Contemporary American English. *Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education*. 4 (11). doi: 10.1186/s40862-019-0076-4
15. Sprenger, S.A., la Roi, A. & van Rij, J. (2019) The development of idiom knowledge across the lifespan. *Frontiers in Communication*. 4 (29). doi: 10.3389/fcomm.2019.00029
16. Hertzog, C. & Dunlosky, J. (2004) Aging, metacognition and cognitive control. *The Psychology of Learning and Motivation*. 45. pp. 215–251.
17. Kogan, E.S. (2014) Proper names in dialectal idioms: stages of idiomatization. *Voprosy Onomastiki*. 1 (16). pp. 122–127.
18. Tabley Amos, N. & Hermilinda Abas, I. (2021) Idiom comprehension using multimodal teaching approach among Zanzibar University students. *Advances in language and literary studies*. 12 (3). pp. 82–89.
19. Szerszunowicz, J. (2012) On the evaluative connotations of anthroponomic idioms in a contrastive perspective (based on English and Italian). *Bialostockie Archiwum Językowe*. 12. pp. 293–314. doi: 10.15290/baj.2012.12.18
20. Matthews, L. & Thomas, B. (2014) *Complete Advanced (for revised exam from 2015). Workbook with Answers with CD-ROM*. 2nd edition. Cambridge: Cambridge University Press.
21. Bell, J. & Kenny, N. (2015) *Advanced Expert Student's Resources Book with key*. 3rd edition – with 2015 exam specifications. London: Pearson Education Limited.
22. O'Dell, F. & McCarthy, M. (2010) *English idioms in Use (Advanced) with answers*. Cambridge: Cambridge University Press.
23. Capel, A. & Sharp, W. (2013) *Objective Proficiency (for revised exam from March 2013). Student's Book with Answers with Downloadable Software*. 2nd edition. Cambridge: Cambridge University Press.
24. Gaims, R. & Redman, S. (2011) *Idioms and Phrasal Verbs*. Oxford: Oxford University Press.
25. Longman. (1998) *Longman Dictionary of English Idioms*. London: Addison Wesley Longman Dictionaries.
26. Collins. (1995) *Collins Cobuild Dictionary of Idioms*. London: Harper Collins.
27. Longman. (2002) *Longman Pocket Idioms Dictionary*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
28. OUP. (2004) *The Oxford Dictionary of Idioms*. Oxford: Oxford University Press.
29. Szerszunowicz, J. & Vidović, B.I. (2019) Conventional periphrases of anthroponyms from a contrastive perspective (on the example of Polish periphrastic expressions and their Croatian equivalents). *Poznańskie Studia Slawistyczne*. 15. pp. 287–304. doi: 10.14746/pss.2018.15.17
30. Vrbinc, A. & Vrbinc, M. (2014) Phraseological units with onomastic components: the case of English and Slovene. *Revista de lingüística teórica y aplicada*. 52 (1). pp. 133–153. doi: 10.4067/S0718-48832014000100007
31. Shitova, L.F. (2013) *Proper name idioms and their origins. [A dictionary of anthroponymic idioms]*. Saint-Petersburg: Antologija.
32. Nikulina, E.A. (2015) English Phraseology: Integration with Terminology Science. *Journal of Language and Education*. 1 (2). pp. 41–45. doi: 10.17323/2411-7390-2015-1-2-41-45
33. Lavrova, N.A. & Nikulina, E.A. (2020) Predictors of correct interpretation of English and Bulgarian idioms by Russian speakers. *Russian Journal of Linguistics*. 24 (4). pp. 831–857. doi: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-831-857

34. Lavrova, N.A. & Nikulina, E.A. (2020) Advanced Russian EFL Learners' Awareness of Idiomatic Synonymy, Antonymy, and Polysemy. *Journal of Language and Education*. 6 (4). pp. 61–76. doi: 10.17323/jle.2020.9689

35. Druzhinin, A.S. (2020) Construction of irreality: An enactive–constructivist stance on counterfactuals. *Constructivist Foundations*. 16 (1). pp. 69–80.

Информация об авторах:

Лаврова Н.А. – д-р филол. наук, профессор кафедры английского языка № 3 Московского государственного института международных отношений МИД России (Москва, Россия). E-mail: n.lavrova@inno.mgimo.ru

Козьмин А.О. – канд. филол. наук, доцент кафедры английского языка № 3 Московского государственного института международных отношений МИД России (Москва, Россия). E-mail: a.kozmin@inno.mgimo.ru

Гумма О.А. – магистр кафедры фонетики и лексики английского языка им. В.Д. Аракина Московского педагогического государственного университета (Москва, Россия). E-mail: oksgumm@gmail.com

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

N.A. Lavrova, Dr. Sci. (Philology), professor, Moscow State Institute of International Relations MGIMO University (Moscow, Russian Federation). E-mail: n.lavrova@inno.mgimo.ru

A.O. Kozmin, Cand. Sci. (Philology), associate professor, Moscow State Institute of International Relations MGIMO University (Moscow, Russian Federation). E-mail: a.kozmin@inno.mgimo.ru

O.A. Gumma, MA in Linguistics, Moscow Pedagogical State University (Moscow, Russian Federation). E-mail: oksgumm@gmail.com

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 13.11.2021;
одобрена после рецензирования 02.02.2023; принята к публикации 6.10.2023.*

*The article was submitted 13.11.2021;
approved after reviewing 02.02.2023; accepted for publication 6.10.2023.*