О.В. КИРПИЧЕВА
(Волгоград)

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АНТРОПОНИМИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ (экспериментальное исследование)*

Анализируется функционирование стереотипных имен собственных (антропонимов) в русской лингвокультуре. Антропонимические стереотипы показаны как разновидность социокультурных стереотипов. Автор доказывает, что антропонимические стереотипы раскрывают ассоциативные связи антропонимов, существующих в языковом сознании носителей русского языка.

Ключевые слова: *социокультурный антропонимический стереотип, стилизация, ономастический стереотип, стереотипизация.*

Феномен и понятие «стереотип» привлекают внимание не только философов, социологов, когнитологов, психологов, но и лингвистов, в частности ученых, занимающихся именами собственными. В то же время, как справедливо отмечает В.А. Маслова, «представители этих наук выделяют в стереотипе те его свойства, которые они замечают с позиций своей области исследования» [6, с. 108]. В соответствии с этим различают этнокультурные, социальные стереотипы, стереотипы общения, речевые стереотипы, ономастические стереотипы и т. д. Прежде чем обратиться к анализу определенного вида стереотипов, остановимся на дефиниции ключевого понятия нашего исследования. Итак, «стереотип – это некоторое “представление” фрагмента окружающей действительности, фиксированная ментальная “картинка”, являющаяся результатом отражения в сознании личности “типового” фрагмента реального мира, некий инвариант определенного участка картины мира» [4, с. 177–178]. Стереотипы в сфере имен собственных носят название ономастических и могут рассматриваться как разновидность социальных стереотипов [2, с. 15]. Впервые в научный оборот термин «социальный стереотип» был введен У. Липпманом [12]. По его мнению, социальные стереотипы – это «упорядоченные, детерминированные культурой “картинки мира” в голове человека, которые, во-первых, экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и, во-вторых, защищают его ценности, позиции и права» (цит. по: [9, с. 180]). При данном понимании стереотипа выделяются такие его составляющие, как культурологическая («детерминированные культурой») и психологическая («экономят усилия»), что дает нам возможность воспользоваться термином Ю.Е. Прохорова «социокультурный стереотип» [8, с. 68] применительно к именам собственным.

Современная живая речь предоставляет богатый материал для изучения социокультурных антропонимических стереотипов. Цель данного исследования – выявить специфику формирования, активизации в сознании и использования социокультурных антропонимических стереотипов в русской лингвокультуре. Для реализации цели использовалась экспериментальная психолингвистическая методика дополнения. «Сущность методики состоит в преднамеренной деформации речевого сообщения и последующем его предъявлении испытуемым для восстановления» [1, с. 70].

Эксперимент проводился для подтверждения гипотезы о том, что в коллективном языковом сознании носителей современной русской лингвокультуры присутствуют антропонимические стереотипы. Респондентами, выполнявшими задания эксперимента, выступили носители русского языка в возрасте от 17 до 86 лет. Всего в исследовании приняли участие 119 человек.

Участникам было дано задание вставить в предложенные экспериментальные тексты пропущенные антропонимы. Родовые термины в данных текстах указывают на профессию, возраст или социальную принадлежность носителя имени. Например, *Рыбак _____ весь день провел на берегу небольшой речки; 50-летний слесарь_____ не сумел остановить протечку, что привело к затоплению жилого дома.*

В результате респонденты должны были определить, как могут звать слесаря, 5-летнего мальчика, рыбака, какие имя и отчество могут быть у учительницы начальных классов, какая фамилия у ее ученика, как могут звать деда, поселившегося после войны в деревне, и т. д. Необходимо заметить, что проведенный психолингвистический эксперимент по выявлению ономастических стереотипов имеет несколько модифицированный вид, отличающий его от эталонной методики, соглас-

* Работа выполнена в рамках проекта № 15-34-01008, поддержанного грантом РГНФ.

© Кирпичева О.В., 2016

но которой предлагается пропускать каждое «энное» (желательно пятое) слово одинаковой длины [1, с. 70]. В нашем исследовании испытуемые могли варьировать длину вставляемого имени собственного по своему усмотрению, будь то личное имя и фамилия, имя и отчество или, к примеру, только имя или только фамилия. Однако следует оговориться, что с целью получения достоверных данных в тексте (в некоторых случаях) были даны инструкции, какой именно вид личного имени собственного следует указать. Например, комментарии требовались к предложению *Учительница 2-го класса «Б» _____ позвонила маме Андрея ____ (фамилия) и сообщила, что ее сын прогуливает занятия.* Это можно объяснить тем, что «психолингвистический эксперимент направлен на то, чтобы поставить испытуемого в ситуацию (управляемого) выбора и принятия решения (хотя выбор и решение могут быть как осознанными, так и неосознанными)» [5, с. 74].

Схожее исследование было проведено В.И. Супруном, о нем он пишет в своей книге «Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал», в которой приводит результаты свободного ассоциативного эксперимента, направленного на выявление социохарактеристик антропонима [11, с. 33–36]. Однако важно отметить, что методика дополнения, дающая испытуемым возможность не только показать свое восприятие имени, но и представить имя в тексте, ранее не использовалась.

В ходе эксперимента было получено 1426 антропонимических единиц разного вида, из них 989 личных имен (в это число входят также деминутивы и гипокористики), 204 отчества и 233 фамилии. Результаты эксперимента показали, что самыми репрезентативными именами, закрепленными в языковом сознании современных носителей языка, являются *Иван* (50 онимоупотреблений) и *Мария* (37 онимоупотреблений), а также их дериваты (*Иванович/вна, Иванов(а), Иваныч, Ваня, Ванечка* и *Марья, Марь*) – всего 101 и 17 онимов соответственно. Подтверждение этому результату находим у Н. В. Васильевой, которая пишет, что «ономастическими автостереотипами в русской лингвокультуре по-прежнему остаются *Иван* и *Мария*/*Маша*» [2, с. 18]. Это позволяет говорить о сохранении в наши дни устойчивых связей антропонимических стереотипов с лингвокультурными традициями, сложившимися в далеком прошлом.

Анализируя ответы респондентов, можно проследить интересную тенденцию использования популярных в настоящее время мужских имен при именовании ребенка. Были указаны следующие варианты: *Артем, Никита, Даниил, Иван, Матвей.* Такие ответы составляют 41,7% от общего количества. Остальные ответы можно отнести к распространенным множественным именам из национального именника. Все пять имен, выбранные респондентами, входят в десятку модных мужских антропонимов по данным за последний год (см.: [3, с. 56]). Таким образом, реакция участников позволила выявить связь антропонимических стереотипов с ономастической модой.

Выбирая подходящее имя для мальчика пяти лет, респонденты чаще всего использовали уменьшительно-ласкательные формы, из чего можно сделать вывод о том, что именование ребенка с помощью гипокористических (неофициальных форм имени) и деминутивных (уменьшительно-ласкательных) имен собственных является еще одним антропонимистическим стереотипом. Среди примеров встречались такие имена: *Ваня, Дима, Миша* и др., а также деминутивы: *Гарик, Андрюшка, Вовочка* и др., что показывает стереотипное маркирование возраста именуемого с помощью формы имени.

Этот вывод подтверждает и выбор имени для представителей старшего поколения. Принимая решение, какое имя выбрать для рыбака и деда, поселившегося в деревне после войны, большинство респондентов отдали предпочтение русским календарным именам. Среди них преобладают такие имена, как *Петр, Николай, Михаил, Тимофей, Анатолий* (73,2%), большинство из которых не относится к числу модных и популярных в настоящее время и характеризует немолодых людей, проживающих, по мнению респондентов, в сельской местности. Остальные указанные ответы также относятся к множественным именам. Лишь 7% именований содержат второй компонент в виде отчества (*Илья Владимирович, Александр Андреевич*), 2,1% участников указали в качестве ответа одно отчество (*Петрович, Никитич*), что, на наш взгляд, является отсылкой не только к возрасту, но и к социальному статусу носителя имени.

Антропонимы, предложенные в качестве именований жены деда, также отражены в православных святцах. Превалируют такие имена, как *Мария, Валентина, Татьяна, Нина, Лидия, Лариса* и *Галина* (59,6%), бывшие модными и популярными несколько десятилетий назад.

Любопытно было отметить, что для именований жены было указано большее количество двучленных именных формул, состоящих из имени и отчества (11,3%) (*Варвара Ивановна, Зоя Никитична, Аглая Петровна*), и ни одного ответа по изолированному отчеству или фамилии, что позволяет говорить о существовании гендерных антропонимических стереотипов.

По нашим данным, социокультурные стереотипы чаще всего маркируют профессиональную принадлежность носителя имени. Проиллюстрируем это на примере имен, предложенных респондентами для учительницы и слесаря. При именовании учительницы 100% респондентов использовали двухкомпонентную форму (имя+отчество), на наш взгляд, свидетельствующую не только о существующих традициях, но и об уважении к этой профессии, тогда как при именовании слесаря 49,5% респондентов предпочли выбрать одиночное имя, 31,2% – фамилию и лишь 4,2 и 15,1% – полную паспортную форму (ФИО) или имя и отчество соответственно. Все это доказывает, что актуализация и акцентирование ономастического стереотипа в форме двухкомпонентного именования учителя и однокомпонентного именования слесаря подчеркивают социальную стратификацию в обществе.

На формирование ономастических стереотипов влияют разнообразные культурные факторы. К примеру, благодаря анекдотам сложился устойчивый стереотип, что типичное имя для учительницы – *Марь Иванна*; отсюда такой высокий процент (31%) использования имени *Мария* при проведении эксперимента. В таком случае мы можем говорить о некой социальной модели функционирования антропонимического стереотипа, который способен «сигнализировать с помощью набора ономастических маркеров о социальных характеристиках носителя имени собственного» [11, с. 17].

Имена, выбранные для слесаря, типичны для данной лингвокультуры, что отражает национальную русскую самобытность. Среди них самые частотные – *Иван*, *Василий*, *Петр*, *Михаил* и *Семен*, среди фамильных именований первое место занимает фамилия *Иванов*, далее – *Петров* и *Сидоров*. Упомянутые фамилии являются частотными в русской лингвокультуре, в связи с чем возникают стереотипные представления о том, что человек рабочей специальности чаще всего носит «простое»/типичное имя. Однако в отличие от имени *Марь Иванна*, которое ассоциируется с типичным именем учительницы, имена *Иван*, *Петр,* фамилии *Иванов* или *Сидоров* все же требуют использования апеллятива/идентификатора, с помощью которого они соотносятся с социокультурными ономастическими стереотипами.

При выборе фамилий большинство респондентов указали фамилии с суффиксом *-ов*, образованные от календарных имен или прозвищ *(Иванов, Петров, Михайлов, Федоров, Павлов, Макаров, Смирнов, Попов* и др.*)*. Это наиболее типичные, иначе говоря, стереотипные русские фамилии. По нашим подсчетам, таких фамилий 88,3% от общего количества. Несмотря на то, что, по утверждению А.В. Суперанской и А.В. Сусловой, существует три наиболее широко распространенные модели русских фамилий, содержащие в своем составе суффиксы *-ов, -ин, -ск-ой* [10, с. 66], последний вид в нашем исследовании не был определен как частотный; это означает, что фамилии данного типа не относятся к стереотипным. В целом можно отметить, что полученные в ходе эксперимента варианты фамилий соответствуют выборкам по русским фамилиям, проведенным В.А. Никоновым [7], А.В. Суперанской, А.В. Сусловой [10].

Анализируя единичные результаты эксперимента, не отразившиеся на выделении представленных выше общих закономерностей, обратим внимание, что некоторые респонденты творчески и с юмором подошли к выполнению экспериментального задания. К примеру, слесарь получил фамилии *Рукастый* и *Умеющий*, по форме ничем не отличающиеся от узуальных. Подобные «говорящие» фамилии выполняют функцию игровой стилизации благодаря стереотипному представлению о слесаре как о человеке умеющем и знающем свое дело. Кроме того, поскольку любое имя собственное обладает ассоциативной семантикой, полагаем, что некоторые участники упоминали имена своих близких и знакомых той же профессии, схожего возраста и др., что может объяснить такое разнообразие предложенных вариантов.

Подводя итоги, отметим, что антропонимические стереотипы позволяют увидеть ассоциативные связи антропонимов, существующих в языковом сознании носителей русского языка. Экспериментальные исследования восприятия антропонимов, которые проводились исследователями имен собственных, дали возможность, с одной стороны, получить

представление об устойчивых древних лингвокультурных антропонимических традициях (имянаречение по святцам) и об изменчивой антропонимической моде, с другой стороны. Наряду с этим особое внимание привлек факт закрепленности формул именования за определенными профессиями (учительница – имя и отчество, слесарь – одиночные имя или фамилия), что, в свою очередь, служит способом отражения в имени социального статуса человека.

В заключение заметим, что в данной статье представлены лишь основные закономерности, в наиболее общем виде характеризующие антропонимические стереотипы в русской лингвокультуре. Более детальные результаты с учетом гендера, возраста и рода занятий респондентов могут быть в дальнейшем получены при большем охвате испытуемых и применении комплексной экспериментальной методики исследования, предполагающей совмещение результатов использования методики дополнения и направленного ассоциативного эксперимента.

Список литературы

1. Баскакова И.Л., Глухов В.П. Практикум по психолингвистике: учеб. пособие для студ. пед. и гуманит. вузов. М.: АСТ: Астрель, 2008.
2. Васильева Н.В. Ономастические стереотипы и прецедентные имена: к соотношению понятий // Язык. Общество. Сознание: сб. ст. Казань: Казанский (Приволжский) федер. ун-т, 2013. С. 12–25.
3. Врублевская О.В. Модный антропоним в языковом сознании носителей русского языка: экспериментальное исследование // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 10 (52): в 2 ч. Ч II. С. 53–57.
4. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: курс лекций. М.: Гнозис, 2012.
5. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. М.; СПб., 2003.
6. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2001.
7. Никонов В.А. Словарь русских фамилий. М.: Школа-Пресс, 1993.
8. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. 5-е изд. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
9. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М.: Ин-т психологии РАН: Академ. проект, 1999.
10. Суперанская А.В., Суслова А.В. Современные русские фамилии. М.: Наука, 1981.
11. Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. Волгоград: Перемена, 2000.
12. Lippmann W. Public opinion. N.Y., 1922.

* * *

1. Baskakova I.L., Gluhov V.P. Praktikum po psiholingvistike: ucheb. posobie dlja stud. ped. i gumanit. vuzov. M.: AST: Astrel’, 2008.
2. Vasil’eva N.V. Onomasticheskie stereotipy i precedentnye imena: k sootnosheniju ponjatij // Jazyk. Obshhestvo. Soznanie: sb. st. Kazan’: Kazanskij (Privolzhskij) feder. un-t, 2013. S. 12–25.
3. Vrublevskaja O.V. Modnyj antroponim v jazykovom soznanii nositelej russkogo jazyka: jeksperimental’noe issledovanie // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2015. № 10 (52): v 2 ch. Ch II. S. 53–57.
4. Krasnyh V.V. Jetnopsiholingvistika i lingvokul’turologija: kurs lekcij. M.: Gnozis, 2012.
5. Leont’ev A.A. Osnovy psiholingvistiki. M.; SPb., 2003.
6. Maslova V.A. Lingvokul’turologija: ucheb. posobie dlja stud. vyssh. ucheb. zavedenij. M.: Akademija, 2001.
7. Nikonov V.A. Slovar’ russkih familij. M.: Shkola-Press, 1993.
8. Prohorov Ju.E. Nacional’nye sociokul’turnye stereotipy rechevogo obshhenija i ih rol’ v obuchenii russkomu jazyku inostrancev. 5-e izd. M.: Izd-vo LKI, 2008.
9. Stefanenko T.G. Jetnopsihologija. M.: In-t psihologii RAN: Akadem. proekt, 1999.
10. Superanskaja A.V., Suslova A.V. Sovremennye russkie familii. M.: Nauka, 1981.
11. Suprun V.I. Onomasticheskoe pole russkogo jazyka i ego hudozhestvenno-jesteticheskij potencial. Volgograd: Peremena, 2000.

Sociocultural anthroponymic stereotypes (empiric research)

The article deals with functioning of stereotypic proper names (anthroponyms) in the Russian linguistic culture. The research is aimed at anthroponymic stereotypes as the variety of sociocultural stereotypes. The author makes the conclusion that the anthroponymic stereotypes show the associative relations of anthroponyms in the linguistic thinking of Russian language native speakers.

Key words: *socioculturalanthroponymic stereotype, stylization, onomastic stereotype, stereotypization.*

(Статья поступила в редакцию 15.03.2016)