Transformation of the Russian anthroponomical formula in the context of globalization

The article deals with the changes in anthroponyms use conditioned by the globalization process. The features of transformation of the anthroponomical formula in mass media and business communication are found out.

Key words: *anthroponomical formula, proper name, globalization.*

(Статья поступила в редакцию 19.10.2016)

О.В. КИРПИЧЕВА
(Волгоград)

ЗООНИМИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ (на материале экспериментального исследования)*

Анализируется специфика функционирования зоонимов в русской лингвокультуре. Показаны особенности процесса зоонимической стереотипизации в повседневной коммуникации на материале экспериментального исследования, результаты которого позволили сделать вывод о существовании стереотипных представлений о зоонимах и выявить их стереотипные способы образования (трансонимизация и онимизация).

Ключевые слова: *зоонимический стереотип, ономастический стереотип, методика дополнения, стереотипизация.*

Стереотипы как категория представляют собой «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: [11, с. 180]). Стереотипы, выполняющие немаловажную функцию ориентиров в пространстве, находят отражение и в трудах ученых-лингвистов. Важнейшая задача стереотипов состоит в «адаптации» имеющихся представлений о действительности, что зачастую приводит к упрощению или даже искажению реальности. В целом процесс стереотипизации достаточно глубоко изучен, однако большинство работ по этой теме написаны без учета специфики имен собственных, а те авторы, которые проявляют интерес к исследованию ономастических стереотипов, рассматривают их исключительно на примере собственных именований людей [2; 3; 9; 13]. Однако процессу стереотипизации подвержены не только антропонимы, но и остальные смежные с ними ономастические разряды. К числу коммуникативно значимых, но неисследованных в свете процесса стереотипизации имен собственных относятся зоонимы, которым посвящена данная статья.

Под зоонимом, вслед за Н.В. Подольской, мы понимаем «вид онима. Собственное имя (кличка) животного, в т. ч. домашнего, содержащегося в зоологическом саду, “работающего” в цирке, в охране, подопытного или дикого». Автором предложено много терминов для обозначения кличек разных животных: бизонтонимы (клички бизонов), гиппонимы (клички лошадей), фелинонимы (клички кошек), кинонимы (клички собак), орнитонимы (клички птиц), инсектонимы (имена насекомых) и др. Различают также антропозоонимы и топозоонимы [10, с. 59]. В данной работе под зоонимом мы понимаем клички не только реальных животных, но и зооподобных существ, например имена игрушечных животных.

Уточним, что исследования в области зоонимии немногочисленны, в отдельных работах затрагиваются проблемы их функционирования в художественных текстах [4; 12] и межкультурной коммуникации [5]. Изучение зоонимов, основанное на опросе городского населения, в 2005 г. проводила Е.В. Гусева. Исследование, направленное на сравнение частотных и традиционных кличек домашних животных на материале современных городских зоонимов [6, с. 92–94], показало, что в повседневной коммуникации типичные клички животных используются намного чаще. Однако с точки зрения процесса стереотипизации представлений об именах собственных зоонимы не рассматривались.

Главная цель нашего исследования заключается в изучении особенностей процесса зоонимической стереотипизации на примере повседневной коммуникации. Опираясь на дефиницию сформулированного Р.Ю. Шебаловым ономастического стереотипа, согласно которо-

* Работа выполнена при поддержке РГНФ (грант № 15-34-01008).

© Кирпичева О.В., 2016

му это «относительно устойчивый, закрепленный в языковом сознании “образ” имени, стандартный код интерпретации имени как знака, несущего социо- и этнокультурную информацию о его потенциальном носителе» [13, с. 9], выведем свое определение рассматриваемого феномена. Итак, зоонимический стереотип – это закрепленное в языковом сознании носителей определенной лингвокультуры представление о том, какие номинации более характерны / типичны для именования животных определенного вида. Как известно, ономастические стереотипы тесно связаны с понятием типичности имен. «Типичность основана на восприятии факта и базируется на частотности употребления имени в определенной среде» [2, с. 453]. Некоторые исследователи предлагают иные термины для обозначения понятия частотности. Так, Н.В. Подольская указывает на то, что «различаются традиционные и нетрадиционные для данной породы зоонимы» [10, с. 59].

Следовательно, для зоонимического стереотипа значимым признаком является «возникшее на основе частотности употребления представление о типичности данного имени для данного культурно-языкового социума / социальной группы» [3, с. 23]. В связи с этим считаем, что необходимо уделить должное внимание зоонимическим стереотипам, поскольку в зоонимах, как и в других именах собственных, находят отражение языковой вкус носителей русской лингвокультуры и их ценностное отношение к окружающему миру.

Далее рассмотрим зоонимы на материале эксперимента, участниками которого стали 157 человек в возрасте от 17 до 86 лет. Подробный анализ процедуры подобного эксперимента приведен в работе «Социокультурные антропонимические стереотипы (экспериментальное исследование)» [9]. Задача данного эксперимента заключается в выявлении специфики формирования и активизации в языковом сознании носителей русской лингвокультуры зоонимических стереотипов. Для реализации поставленной задачи использовалась психолингвистическая методика дополнения. «Сущность методики состоит в преднамеренной деформации речевого сообщения и последующем его предъявлении испытуемым для восстановления» [1, с. 70]. Проведенный эксперимент имел несколько модифицированный вид, отличающий его от эталонной методики, согласно которой предлагается пропускать каждое «энное» (желательно пятое) слово одинаковой длины [Там же]. Участники эксперимента получили задание вставить в пропущенные тексты разные имена собственные. Для получения достоверных статистических данных все онимы (в том числе зоонимы) в экспериментальных текстах сопровождались родовыми терминами. Например: 1) *В тот день мама Андрея, директор фирмы «_____», была в командировке, а Андрей, взяв на прогулку пса _____, весело шлепал по лужам.* 2) *Дети часто придумывают имена своим игрушкам. К примеру, у 4-летнего _____ кошку зовут _____, корову – _____, а плюшевого мишку – _____.*

В результате обработки данных эксперимента мы получили 1359 онимов разных разрядов в 3311 онимоупотреблениях, из них 175 зоонимов (56 кинонимов, 54 фелинонима, 42 клички коровы и 23 клички игрушечного медведя) в 567 онимоупотреблениях. Полученные количественные результаты подтверждают положение о том, что зоонимы, занимающие околоядерное положение в русском ономастическом пространстве, являются частотными именами собственными в повседневной коммуникации.

Изучив ответы респондентов, мы определили самые популярные зоонимы (цифра в скобках означает количество онимоупотреблений):

1) кинонимы: *Шарик* (31), *Рекс* (15), *Тузик* (13), *Джек* (11), *Дружок* (10) и *Бобик* (9);

2) фелинонимы: *Мурка* (27), *Барсик* (17), *Муся / Муська* (13), *Маркиза* (12), *Машка* (8);

3) клички коровы: *Зорька* (54), *Буренка* (21). Из менее частотных выделены еще *Милка* (8), *Му-му* (7) и *Беляночка* (5);

4) клички игрушечного мишки: *Миша / Мишка / Мишутка* (49), *Тедди* (16), *Косолапый* (14), *Потапыч* (14), *Топтыжка* (13), *Умка* (12).

Такое количество схожих ответов объясняется тем, что в сознании представителей русской лингвокультуры (вне зависимости от пола и возраста) существуют стереотипные представления о том, как могут звать, к примеру, кошку, собаку или животное иного вида. Эти типичные или стандартные клички составляют 85,7% от общего количества онимов (567). Подобные клички закреплены за определённым видом животного, хотя существует довольно много полифункциональных кличек, по которым сложно догадаться, о каком животном идет речь.

Обратимся к источникам и моделям образования зоонимов, полученных в ходе эксперимента. Мы определили основные способы образования именований животных – трансонимизация (антропоним => зооним и поэто-

ним => зооним) и онимизация (апеллятив => зооним).

Во-первых, большинство кличек, указанных участниками эксперимента, можно отнести к категории антропозоонимов, к примеру: кинонимы *Анатолий, Алекс, Коля, Николас, Нэнси, Роберт, Том, Федя, Филимон* и др.; фелинонимы *Кларисса, Лиза, Марфа, Мишель, Соня/Софья* и мн. др.; клички коров *Аннушка, Валя, Варька, Машка, Сима, Сонька* и др.; клички плюшевого медведя *Борис, Демид, Михаил / Миша, Егорка, Николас, Рома, Сашка* и др. Из этого делаем вывод о том, что номинация зоонимов при помощи трансонимизации множественных антропонимов является в настоящее время характерной особенностью этих имен собственных, своего рода стереотипом, хотя раньше предпочтение отдавалось иным кличкам, поскольку считалось, что «собаку грешно кликать человеческим именем» [7, с. 1056]. Возможно, в стремлении дать питомцу человеческое имя кроется желание именующего субъекта персонифицировать его, показать свою любовь к нему. Однако для установления отношений «хозяин – домашнее животное» используются не только полные (официальные) зоонимы (*Анатолий, Борис, Михаил* и др.) и нейтральные гипокористики (*Коля, Ксюша, Сима, Федя* и др.), но и гипокористические формы с фамильярно-уничижительным суффиксом -к- (*Дашка, Маруська, Машка, Сашка, Славка* и др.).

Нельзя не обратить внимания и на существующую тенденцию называть домашних питомцев кличками, имеющими иноязычное происхождение (*Джерри, Мишель, Монти, Морган, Николас* и др.).

Меньшую распространенность при номинации зоонимов получили единичные антропонимы. Поясним, что, вслед за Д.И. Ермоловичем, мы подразделяем антропонимы на множественные и единичные. Первые «в языковом сознании коллектива не связываются предпочтительно с каким-то одним человеком», а вторые «также принадлежат множеству людей, но с кем-то одним связаны прежде всего» [8, с. 39].

Респонденты выбирали различный культурный фон единичных имен, используемых в качестве зоонимов: художественная литература, кинематограф, эстрада, всемирная история и политика и др. Например, некоторые клички образованы от имен литературных героев (*Белый Бим Черное ухо, Шерлок*), кличек антропоподобных существ из мультипликационных фильмов (*Шрек, Масяня*), называют животных и в честь популярных исполнителей (*Агилера, Мадонна*), писателей (*Мольер*), полководцев и философов (*Чингисхан и Аристотель*) и др.

Во-вторых, большой пласт наименований представляют клички, образованные путем онимизации апеллятивов лексико-семантическим или аффиксальным способом: собака *Вулкан, Дозор, Кефир, Котик, Тиран* и др.; кошка *Бегемот, Гроза, Кошка, Полночь* и *Тигра*; корова *Звездочка, Зорька, Корова* и *Плюшка;* медведь *Медведь* и *Барсук*. Все вышеупомянутые клички можно классифицировать по трем категориям: *узуальные*, традиционные для русской лингвокультуры (*Звездочка, Зорька*), *аллюзивные*, имеющие отношение к прецедентным текстам, образованные путем трансонимизации поэтонимов (*Бегемот, Вулкан, Дозор, Тигра*), и *окказиональные*, характеризующиеся неясностью семантики и выходящие за рамки стереотипных представлений о кличках животных (*Кефир, Полночь, Плюшка, Тиран* и др.).

Таким образом, проведенный эксперимент, во-первых, позволил сделать вывод о существовании стереотипных представлений о типичных кличках отдельных видов животных (в 85,7% ответов респондентов отражены зоонимические стереотипы). В обычной жизни, как показал эксперимент, к стереотипным кличкам зачастую прибегают, если речь идет о номинации домашнего скота или бездомных животных, а для именования домашних питомцев хозяева стараются выбрать имя, призванное индивидуализировать. Во-вторых, эксперимент позволил выявить стереотипные способы и принципы образования зоонимов, используемых для номинации домашних животных. Типичные способы их образования – трансонимизация и онимизация. Зоонимы, полученные в ходе эксперимента, в большинстве своем образованы от антропонимов (78,6%). Особенностью зоонимов выступает также именование на основе типичных прецедентных онимов. Анализируя принципы номинации домашних животных, которыми руководствуются респонденты, можно подытожить, что большинство зоонимов, образованных от онимизированных апеллятивов, имеют непрозрачную внутреннюю форму для организаторов эксперимента. Примечательно, что больше всего отапеллятивных кличек используется для именования собак, чуть меньше для кошек и всего два – для игрушечного медведя. Вероятно, для самих участников эксперимента заявленные клички характеризуют и подчеркивают отличительные черты животных, однако вполне возможно, что они прибегают к символическому принципу номинации с це-

лью произвести впечатление на окружающих, индивидуализировать своего питомца, поэтому небольшая часть полученных экспериментальным путем номинаций ничем не мотивирована, такие зоонимы окказиональны и имеют индивидуальные ассоциации.

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. Антропонимические стереотипы в кросскультурном аспекте // Вестник Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. 2010. № 2(2). С. 453–456.
3. 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.
4. Васильева Н.В. Собственное имя в мире текста: монография / Рос. акад. наук, Ин-т языкознания. М.: Акад. гуманит. исследований, 2005.
5. Горбенко М.В. Стереотипы восприятия зоонимов в межкультурных коммуникациях: на примере диаспор г. Костаная: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 . Челябинск, 2009.
6. Гусева Е.В. Социально-культурные факторы номинации: на материале современных городских зоонимов: дис. ... канд. филол. наук. М., 2005.
7. Даль В.И. Пословицы русского народа: сб. пословиц, поговорок, речений, присловий, чистоговорок, прибауток, загадок, поверий и проч. / [Соч.] В. Даля. М.: Имп. О-во истории и древностей российских при Моск. ун-те, 1862.
8. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. М.: Р. Валент, 2001.
9. Кирпичева О.В. Социокультурные антропонимические стереотипы (экспериментальное исследование) // Известия Волгогр. гос. пед. ун-та. 2016. № 3 (107). С. 127–130.
10. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А.В. Суперанская; АН СССР, Ин-т языкознания. 2-е изд., перераб. и доп. М., 1988.
11. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М.: Ин-т психологии РАН, Академ. проект, 1999.
12. Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. Волгоград: Перемена, 2000.
13. Шебалов Р.Ю. Ономастическая игра в художественном тексте (На материале ранних рассказов А.П. Чехова): автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2004.

* * *

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. Antroponimicheskie stereotipy v krosskul'turnom aspekte // Vestnik Nizhegorod. un-ta im. N.I. Lobachevskogo. 2010. № 2(2). S. 453–456.
3. 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.
4. Vasil'eva N.V. Sobstvennoe imja v mire teksta: monografija / Ros. Akad. nauk, In-t jazykoznanija. M.: Akad. gumanit. issledovanij, 2005.
5. Gorbenko M.V. Stereotipy vosprijatija zoonimov v mezhkul'turnyh kommunikacijah: na primere diaspor g. Kostanaja: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.19. Cheljabinsk, 2009.
6. Guseva E.V. Social'no-kul'turnye faktory nominacii: na materiale sovremennyh gorodskih zoonimov: dis. ... kand. filol. nauk. M., 2005.
7. Dal' V.I. Poslovicy russkogo naroda: sb. poslovic, pogovorok, rechenij, prislovij, chistogovorok, pribautok, zagadok, poverij i proch. / [Soch.] V. Dalja. M.: Imp. O-vo istorii i drevnostej rossijskih pri Mosk. un-te, 1862.
8. Ermolovich D.I. Imena sobstvennye na styke jazykov i kul'tur. M.: R.Valent, 2001.
9. Kirpicheva O.V. Sociokul'turnye antroponimicheskie stereotipy (jeksperimental'noe issledovanie) // Izvestija Volgogr. gos. ped. un-ta. 2016. № 3 (107). S. 127–130.
10. Podol'skaja N.V. Slovar' russkoj onomasticheskoj terminologii / otv. red. A.V. Superanskaja; AN SSSR, In-t jazykoznanija. 2-e izd., pererab. i dop. M., 1988.
11. Stefanenko T.G. Jetnopsihologija. M.: In-t psihologii RAN, Akadem. proekt, 1999.
12. Suprun V.I. Onomasticheskoe pole russkogo jazyka i ego hudozhestvenno-jesteticheskij potencial. Volgograd: Peremena, 2000.
13. Shebalov R.Ju. Onomasticheskaja igra v hudozhestvennom tekste (Na materiale rannih rasskazov A.P. Chehova): avtoref. dis. … kand. filol. nauk: 10.02.01. Ekaterinburg, 2004.

Zoonymic stereotypes (based on empiric research)

The article deals with the features of zoonyms functioning in the Russian linguistic culture. The research aims to study the process of zoonymic stereotyping in everyday communication based on the empiric research. Its results allow the conclusion about stereotypic ideas of zoonyms; the methods to form them (transonymization and onymization) are found out.

Key words: *zoonymic stereotype, onomastic stereotype, methods of addition, stereotyping.*

(Статья поступила в редакцию 19.10.2016)