

УДК 81.2

МОТИВАЦИЯ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ СПОСОБНОСТЬ ПРОЗВИЩ ОТРАЖАТЬ КУЛЬТУРУ**Ю. Л. Барановская¹, А.А. Чанчикова²**Иркутский национальный исследовательский технический университет
Российская Федерация, 664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

В данной статье рассматривается мотивированность британских прозвищ. Анализируются два типа мотивации: внешняя и внутренняя. Характеристический потенциал имени определяет лингвокультурологический потенциал имени, понимаемый как способность представлять объекты и явления культуры. Нехарактеристические прозвища на уровне мотивации лишены лингвокультурологического потенциала, за исключением тех случаев, когда наименования создаются на основе истинной или ложной этимологизации собственного имени.

Ключевые слова: прозвище, мотивация, национально-культурная маркированность, лингвокультура, номинативная единица, семантический уровень.

MOTIVATION AS ONE OF THE MAIN ASPECTS THAT DEMONSTRATE THE ABILITY OF NICKNAMES TO SHOW THE CULTURE**Y. Baranovskaya, A. Chanchikova**National Research Technical University
83 Lermontov Street, Irkutsk, 664074, Russian Federation

The article deals with the motivation of British nicknames. There are two types of motivation: external and internal. The characteristic potential of a name determines the linguacultural potential of a name which is the ability to reflect cultural objects and phenomena. Non-characteristic nicknames at the level of motivation lack linguistic and cultural potentials, except for the names created on the basis of true or false etymologisation of proper names.

Keywords: nickname; motivation; cultural marking; linguistic culture; nominative unit; semantic level.

В данной работе проводится исследование прозвищ на семантическом уровне, а также анализируются основные аспекты, которые определяют способность прозвищ заключать в себе элементы культуры. Для этого в статье рассматривается проблема образования прозвищ, анализируются различные типы мотивации, а также рассматривается национально-культурная маркированность прозвищ различных мотиваций.

Прозвище-название, которое было дано человеку по какой-нибудь характерной его черте, свойству. [2]

Прозвища представляют собой один из ярких примеров открытого класса слов, характеризующегося нестабильностью состава. [5]

Прозвища, подвергаемые анализу в рамках настоящего исследования, были получены методом выборки из англоязычных интернет-сайтов, словарей британской лингвокультуры. Также в ходе изучения применялся метод количественного анализа прозвищ различных мотивационных групп.

В ходе освоения предметного мира человек познает вещи и явления, называет, дает им имена, формирует совершенно новые понятия, устанавливает между ними определенные взаимозависимости. Результаты познавательной и номинативно-классификационной деятельности языка находят свое выражение в номенклатуре лексических единиц, в вокабуляре каждого языка. Таким образом, слова служат средством объективизации и репрезентации отраженных в сознании человека объектов действительности. Сложность и многогранность смыслового содержания слова определяют универсальный характер словесного знака и его полифункциональность. [4] Прозвища именуют все возможные существующие понятия, благодаря им заметно расширяются возможности осуществления коммуникативных задач.

Национально-культурная маркированность номинативной единицы на семантическом уровне заключается в наличии в ее значении коннотаций, обусловленных актуальными фоновыми знаниями

¹ Барановская Юлия Леонидовна, старший преподаватель кафедры иностранных языков для технических специальностей, e-mail: olegodessa423@yandex.ru

Baranovskaya Yuliya, a senior lecturer of Foreign Languages Department for Technical Specialties № 2, e-mail: olegodessa423@yandex.ru

² Чанчикова Анастасия Алексеевна, студент группы ЭПб-15-2, 3 курса института энергетики, e-mail: nastya_chanchikova9792@mail.ru

Chanchikova Anastasia, a student of group EPb-15-2 of Power Engineering Institute, e-mail: nastya_chanchikova9792@mail.ru

об объектах материальной и нематериальной культуры, например, стереотипов, предрассудков, суждений, ассоциаций и т.п.

В основу номинации входит ее основной механизм-мотивация. Этот механизм присущ и такому виду номинации, как присвоение объекту прозвищ. Она является одним из основных аспектов, определяющих способность прозвищ отражать культуру.

В зависимости от источника мотивации происходит их деление на две основные группы: внешне и внутренне мотивированные прозвища, существенно отличающиеся друг от друга. [1]

Внешне мотивированные прозвища возникают под воздействием экстралингвистических факторов. Они характеризуют особенности внешности, характера, поведения человека. Внутренне мотивированные прозвища характеризуют признак, основанный на стимуле лингвистического характера.

Внешне мотивированные прозвища формируют группу номинальных единиц, образованных, в первую очередь, от имен нарицательных, а также широко известных собственных имен и топонимов. По данным словарей они составляют 73,7–76,7%.

Данная группа прозвищ отражает различные свойства именуемого: внешность, профессию, поведение, характер, речь, одежду, физические способности, интеллектуальные особенности, национальность, место рождения, проживания, а также те свойства человека, которые служили основными способами его идентификации в обществе. Эту группу прозвищ также можно назвать характеристической.

В группе характеристических прозвищ основными механизмами образования выступают:

I. Прямые наименования, которые составляют 17–18% от общего количества существующих прозвищ:

1. Swede – швед;
2. Big Guy – большой (влиятельный) парень;
3. Taffy- прозвище жителей Уэльса.

Данная группа прозвищ способна отражать только те реалии культуры, которые характеризуют статус человека, называют географический объект, связанный с местом происхождения или проживания.

II. Вторичные наименования, которые составляют 56,7–58,7% от всех прозвищ.

В отличие от прямых наименований, вторичные наименования имеют механизмы образования прозвищ, основанные на вторичной номинации. К ним относятся:

➤ Метафора (употребление слов в переносном смысле на основе сходства, сравнения):

1. Chromedome – лысый;
2. Ginger, Gingernut, Nut – рыжие волосы;
3. Goldy – блондинка.

➤ Антомазия (вместо собственного имени ставится описательное выражение):

1. Angelina Jolly – «very thick, full lips»

2. Olive Oyl – «very thin, named after a cartoon character of extremely – очень толстые, пухлые губы; thin build» – очень тонкий (стройный), названный в честь героя мультфильма, очень худого телосложения;

➤ Метафора + метонимия: Trout Pout – «very thick, full lips» – очень толстые, пухлые губы.

➤ Ирония (тонкая насмешка, выраженная в скрытой форме):

1. Aphrodite – некрасивая женщина;
2. Tiny, Shorty или Tiny Tim – высокий;
3. Midget, dwarf – «карлик», человек маленького роста.

Особую популярность данный вид прозвищ получил в британской лингвокультуре.

➤ Парономазия (образное сближение схожих по звучанию слов при частичном совпадении морфемного состава): Chinderella, Chinnocchio – «massive chin» – массивный подбородок.

Также в группу внешне мотивированных прозвищ входят наименования, основанные на сближении признаков (2 %), что выражается в сходстве механизмов их создания (главным образом, метафор): Monkey. A nickname that connotes blackness and ugliness.

Менее компрессивной разновидностью являются прозвища на основе перифразы: Galloping Tapeworm. C. Hurst, Maths. Tall and thin with a pronounced regional accent and a tendency to charge around the classroom when incensed by student misbehavior. He had a specially - made bat which he used to mete out discipline.

Интересный случай внешне мотивированных прозвищ представляют собой генесионимические прозвища [3], наследуемые или производные от прозвищ старших родственников или близких друзей.

При этом национально-культурная маркированность присуща главным образом генесионимическим прозвищам, «унаследованным» от знаменитостей. Так, например, американский певец Фрэнк Синатра получил прозвище the Chairman of the Board – председатель правления. А Уильям Шекспир широко известен как the Bard of Avon. В этом прозвище соединены профессия Шекспира (bard = poet) и место его рождения (Avon – бывшее графство Англии).

Цель таких прозвищ – охарактеризовать и указать на связь между двумя носителями прозвища – первичным и вторичным. Первичным носителем прозвища является тот, кто получил это прозвище «первым», а вторичным – следующий носитель этого наименования.

Внутренне мотивированные прозвища составляют 19,4–23 % от общего количества. В данной группе прозвищ отсутствует сигнификативное значение, особенно ярко проявляющееся в асемантических прозвищах, у которых относят:

➤ Гипокристики (сокращенные варианты личного имени и деминутивы – передает субъективно-оценочное значение малого объема, размера):

1. Mike – Michael;
2. John, Johnny – Jonathan;
3. Sam – Samantha;
4. Tim – Timothy;
5. Fred – Frederick.

➤ Сокращенный вариант или дериват фамилии:

1. Trev – Trevelyan;
2. Jonesey – Jones;
3. Gazza – Gascoigne;
4. Becks – Beckham;
5. Phelo – Phelan;
6. Lo-lo – Lois.

Усечение и добавление суффиксов –y (-ie) – универсальные способы образования британских прозвищ. Конечные буквы –s, -o, и буквосочетание –izza маркируют принадлежность прозвищ британской лингвокультуре.;

➤ Аббревиация имени и фамилии (J.F.K., F.D.R.), стяжение или сочетание усеченных наименований Chobbs (y) – Chris Hobbs.

Группа прозвищ, в которых сочетаются внутренняя и внешняя мотивации (3,3–3,9%). Смешанное прозвище может представлять собой:

а) дискретную единицу, которая состоит из двух независимых друг от друга элементов, аббревиатуры антропонима и характеризующего компонента: Big, Little – Lil' A, Big T.

б) условно дискретную единицу, когда связь между компонентами формальная, она подчеркивается созвучием на основе рифмы, аллитерации, паронимии, иронии, устойчивой сочетаемости. При этом антропонимический компонент может представлять собой трансформированное имя, которое употребляется в составе прозвища как мотивирующий признак лингвистического характера: Gregory Pick – «Mr Gregory, an English teacher, who picked his nose an excessive amount»

в) недискретную единицу, когда прозвище образовано на основе этимологизации собственного имени и при этом характеризует объект. В данной группе прозвищ также вероятно появление культурно-маркированных наименований. Например, прозвище Partymore, мотивированное фамилией Patmore.

Таким образом, мы пришли к следующим выводам. Прозвища являются богатым источником для исторических, социологических, лингвистических исследований.

Мотивирующие признаки современных прозвищ отражают основные исторически сложившиеся и относительно самостоятельные способы тождественности личности в обществе: имя, профессии, происхождения, характерные особенности внешности, характера, поведения и т.д.

Таким образом, тип мотивации определяет лингвокультурологический потенциал прозвищ.

Библиографический список:

1. Morgan J., O'Neill Ch., Harre R. Nicknames. Their Origins and Social Consequences. London, Boston, and Henley: Routledge and Kegan Paul, 1979. 153 p.
2. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка в 4 т. Т. 2 М.: Русский язык, 2000. 779 с.
3. Никулина З.П. К вопросу о классификации индивидуальных прозвищ // Вопросы лексики и грамматики русского языка: сборник статей. Кемерово, 1974. Вып. I. С. 67–73.
4. Пашкевич А. А. Прозвища и клички в системе номинативных средств английского языка. СПб: Наука, 2006. С. 164.
5. Цепкова А.В. Лингвокультурологический потенциал прозвищ различных мотивационных типов (на материале английского языка). Новосибирск: Изд-во «Вестник НГПУ», 2012. 113 с.