

УДК 811.161.1'142:621.397.13"312"

*И. В. Мурадян*

## **Особенности использования антропонимов в современном российском публицистическом дискурсе**

В статье рассматриваются новые явления в использовании антропонимов в публицистическом дискурсе. Отмечается столкновение русской и западноевропейской традиций именования, роль антропонимов в создании имиджа политиков, экспрессивный потенциал и возможности языковой игры, заложенные в собственных именах.

**Ключевые слова:** русский язык, ономастика, антропоним, публицистический дискурс.

Новые процессы, происходящие в современном российском публицистическом дискурсе, накладывают свой отпечаток на употребление собственных имён.

Публицистический дискурс антропоцентричен. В нем представлена информация о людях и для людей. Поэтому он насыщен номинацией лиц, разумеется, с учетом того, как эта антропонимическая номинация будет воспринята "массовым рассредоточенным адресатом", каковым является получатель информации в СМИ [4: 239]. По сравнению с советской публицистикой, в которой было много безликих материалов об идеологической борьбе между социализмом и капитализмом, соперничестве двух систем с разным социальным строем и т. п., в современных российских СМИ больше внимания уделено отдельным людям и фактам, связанным с их жизнью и деятельностью. Антропоцентрический подход перекликается с явлением, которое Е. А. Земская определила как усиление личностного начала, характерное для современного развития русского языка в целом [1: 99]. Эти процессы способствуют увеличению количества антропонимов в публицистическом тексте.

Все это вместе привлекает внимание ученых к различным аспектам исследования собственных имен в языке СМИ, например, работы Н. И. Клушиной, Т. В. Смирновой, Н. И. Формановской и др. [2; 3; 5; 6].

В данной статье мы попытаемся рассмотреть новые явления в использовании антропонимов в публицистическом дискурсе. Проанализированный материал выбран из газет "Аргументы и факты", "Комсомольская правда", "Московский комсомолец", "Собеседник", "Совершенно секретно", журналов "Москва", "Огонек", новостных блоков НТВ и программы "Время".

Употребление антропонимов в современном российском публицистическом дискурсе очень разнообразное и разноплановое. Это происходит потому, что идет столкновение русской традиции именования с заимствованной западноевропейской моделью. Западная двучленная модель

номинации "имя + фамилия" утвердилась в публицистическом дискурсе при представлении или упоминании человека в информации в дистантной ситуации общения. Для чисто информативного аспекта такой модели достаточно. Использование подобного универсального для многих языков двучлена подкрепляется процессами общей глобализации коммуникации. Так называют в новостных блоках НТВ и газетных статьях людей таких разных социальных групп, как политики, ученые, артисты, бизнесмены, фермеры, рабочие. и др. например: вице-премьер Сергей Иванов, писатель Татьяна Толстая, физик Жорес Алферов, актер Олег Меньшиков и др.

В контактной ситуации общения журналист, обращаясь к коммуниканту, обязательно называет его по русской традиции антропонимической моделью "имя + отчество". В области межличностного общения западная традиция не действует. Для установления контакта в фатической функции именовании обязательно присутствует отчество, которое обозначает возраст и степень уважения к собеседнику. В анализируемых текстах встречается такое явление: журналист в информации использует модель "имя + фамилия", а при обращении к адресату — "имя + отчество", например: "Зато император Александр I — наш блистательный Игорь Костолевский. — Игорь Матвеевич, а ведь ваша карьера начиналась с роли кавалергарда Анненкова..." [АФД, 2008, №1: 7].

Антропонимы в публицистическом дискурсе активно используются как одно из средств создания имиджа человека, чаще всего политика. Например, газета "Московский комсомолец" называет статью об экс-спикере грузинского парламента Нино Бурджанадзе — "Железная Нино", подкрепляя эту номинацию в тексте новой формулировкой "железная леди грузинской политики". В данном контексте результативно работает международный публицистический штамп, которым в свое время была охарактеризована премьер-министр Великобритании Маргарет Тетчер, — "железная леди". По отношению к современным жестким политикам-женщинам этот штамп используется довольно часто.

Создать имидж "чужого", а то и враждебного политика помогает другая антропонимическая номинация, пришедшая в публицистический дискурс из экономической сферы в качестве распространенного в 19—20 веках названия компаний. Так американский президент и его администрация названы "Буш и К°", олигарх Б. Березовский — "Березовский и К°".

Антропонимическая формула в публицистическом дискурсе может служить для создания идеологом как одной из констант публицистики в целом. В основе идеологеми лежит идея, которая "носит обобщенный характер и ориентирует массовое сознание в заданном направлении с помощью стереотипных номинаций" [2: 53]. В качестве примеров идеологом личностного характера Н. И. Клушина приводит номинацию Ленина "вождь мирового пролетариата". В этой связи хочется отметить, что в создании личностных идеологом значительная роль отводится собственным именам. Вспомним, каким мощным потенциалом обладало удачно созданное в советской идеологии и растиражированное именование "Ильич", "наш Ильич", призванное создать образ "своего", народного вождя. Массовым коллективным адресатом публицистического дискурса советского периода были рабочие и крестьяне. Поэтому подобная номинация, пришедшая из народной среды, положительно воспринималась и продержалась в советской публицистике много десятилетий. В современном публицистическом дискурсе это именование В. И. Ульянова-Ленина используется крайне редко и только в коммунистической прессе.

Усиленная экспрессивность современного российского публицистического дискурса имеет одной из своих составляющих использование экспрессивных форм собственных имен. Особенностью проявления экспрессивной окраски у различных форм антропонимов является не только ее непосредственное наличие, как, например, в качественных формах личного имени, но и появление окраски у именовании в силу их непривычного, не соответствующего этикетным нормам употребления в конкретных ситуациях общения. Например, в обращении журналистов к молодым актерам в официальной коммуникации в разных печатных изданиях и на ТВ утвердилась полная форма личного имени. Любое отклонение от этой установки воспринимается как экспрессивная форма именовании, передающая оценку автора текста. Иллюстрацией этого служит интервью с актрисой Анастасией Заворотнюк. Журналист описывает различные негативные обстоятельства подготовки интервью, но на протяжении всего текста называет интервьюируемую "Анастасия". В конце интервью, когда выясняется, что Заворотнюк не знает, как пишется слово "оптимизм", автор статьи завершает текст: "Через "о", Настя" [АФД, 2008, №1: 13].

Гипокористическая форма имени, характерная для разговорной речи близко знакомых коммуникантов, оказывается в данном контексте достаточно экспрессивной, намеренно снижающей образ и передающей насмешку.

Яркой экспрессивностью отличаются антропонимы в текстах из "Московского комсомольца". В одной из статей президент Грузии М. Саакашвили назван "президент Мишико". Невозможность реального употребления в официальной ситуации модели "президент + личное имя" вместе с грузинской формой имени создает сатирический эффект. Таким образом, употребление отличающейся от принятой по протоколу антропонимической модели передает авторскую экспрессивную оценку.

Большую экспрессивность содержат в языке прозвища. Они используются в разговорной речи, как правило, не попадая в публицистический стиль. Необычность использования прозвища в публицистическом тексте по отношению к политику придает ему удвоенную экспрессивность, выводящую подобное именование за рамки дозволенного в официальной коммуникации. Таким является именование "Жирик" о В. В. Жириновском в "Аргументах и фактах". Подобные примеры подтверждают также отчетливо наметившееся проникновение разговорной речи в публицистический дискурс.

Относительно недавно пришло в российский публицистический дискурс из разговорной речи сокращенное до инициалов именование человека. Оно отражает процесс широкого распространения аббревиатур в публицистике. Но если аббревиатуры, образованные от названий различных объектов, как правило, нейтральны, то аббревиатуры, образованные из инициалов известных людей, чаще всего политиков, всегда имеют коннотацию.

Особенно много инициальных аббревиатур в "Московском комсомольце": В. В. Путин почти постоянно называется в газетных статьях ВВП. Полное совпадение этих инициалов с аббревиатурой из экономической сферы (ВВП — внутренний валовой продукт) придает подобному именованию "серьезную" коннотацию.

Инициальная аббревиатура именованного нового российского президента — ДАМ — не столь серьезна и соотносится с обычными апеллативами — существительным "дама" и формой глагола "давать". Эти соотношения обязательно обыгрываются в тексте, например: "В продаже появились новые "артефакты" с портретами ДАМа и ВВП — фляжки" [МК,2008,39: 2].

Привычным в публицистическом дискурсе стало обыгрывание фамилии "Березовский" через соотнесение с "березой" и аббревиатурой БАБ (бабушка, бабские и т. п.).

Подобные примеры показывают, что русская антропонимическая формула в силу разнообразия своих форм дает большие возможности для языковой игры и помогает передать авторскую оценку в публицистическом тексте.

Таким образом, можно констатировать, что антропонимы — важная составляющая публицистического дискурса. К ним приковано внимание получателя информации, поэтому переданная через собственные имена авторская оценка обязательно воздействует на адресата.

В современном публицистическом дискурсе использование антропонимов очень разнообразно. Можно наблюдать столкновение русской и западноевропейской традиций именования. Антропонимы активно участвуют в создании имиджа политиков. Увеличилось использование экспрессивно окрашенных форм антропонимов, характерных раньше только для разговорной речи. Усиление позиций авторской журналистики способствует большей оценочности собственных имен. Разнообразие форм русских антропонимов создает большие возможности для применения языковой игры, которая активно используется при употреблении инициальных аббревиатур от номинации известных лиц.

1. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985 — 1995). — М., 2000. — С. 90-141.
2. Клушина Н. И. Язык публицистики: константы и переменные // Русская речь. — 2004. — №3. — С. 51-54.
3. Клушина Н. И. Имя собственное на газетной полосе // Русская речь. — 2002. — №1. — С. 53-56.
4. Платонова О. В., Виноградов С. И. Средства массовой информации // Культура русской речи. — М., 2004. — С. 238-280.
5. Смирнова Т. В. Прецедентные имена в заголовках газет // Русский язык за рубежом. — 2006. — №1. — С. 23-34.
6. Формановская Н. И. Изучение русского личного имени в иностранной аудитории // Русский язык за рубежом. — 2006. — №1. — С. 53-60.

**I. V. Muradyan**

**FEATURES OF PERSONAL NAME USE IN MODERN RUSSIAN MEDIA DISCOURSE**

The article is devoted to new use of the personal name at media discourse. The author marks conflict of Russian and European tradition of nomination, the personal names role in creation of the politics image, expressive potential and possibilities of language game in personal names.

**Key words:** Russian, personal name, media discourse.

**I. В. Мурадян**

**ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АНТРОПОНІМІВ У СУЧАСНОМУ РОСІЙСЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

У статті розглянуті нові явища у використанні антропонімів у публіцистичному дискурсі, зіткнення російської та західноєвропейської традиції номінації, роль антропонімів у втіленні іміджу політиків, експресивний потенціал та можливості мовної гри, закладені у власних назвах.

**Ключові слова:** російська мова, ономастика, антропонім, публіцистичний дискурс.