

ФУНКЦИИ АНТРОПОНИМОВ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ

Черникова Н. В.,

профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин

ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ,

г. Мичуринск, РФ

chernikovanat@mail.ru

Комарова К. Е.,

студентка магистратуры 1 курса

Социально-педагогического института

ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ,

г. Мичуринск, РФ

pdo.k@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются функции, которые выполняют антропонимы, в публицистическом стиле, – номинативная, вокативная, эмоционально-экспрессивная. Дается оценка уместности / неуместности употребления разных форм и вариантов именованя человека.

Ключевые слова. Антропонимы, публицистический стиль, функции антропонимов.

Публицистический стиль – один из функциональных стилей, «обслуживающий широкую область общественных отношений: политических, экономических, культурных, спортивных и др.» [2, с. 312]. Данный стиль используется в политической литературе, его представляют средства массовой информации (СМИ) – газеты, журналы, радио, телевидение, документальное кино. Следствием этого является практически неограниченный тематический диапазон: политика, идеология, философия, экономика, культура, спорт, повседневный быт, текущие события,

рассматриваемые сквозь призму определенных политико-идеологических установок.

Главные задачи публицистического стиля – «сообщение новостей и их комментирование, оценка фактов и событий. Публицистический стиль реализует две функции языка – воздействующую и информативную» [2, с. 312–313].

Информативная функция СМИ обуславливает широкое использование нейтрального слоя ономастического словаря. В газетно-журнальных текстах антропонимы прежде всего выполняют свою основную функцию – номинативную: они называют лиц, о которых сообщается социально значимая информация. Например: *Один из самых известных современных лингвистов Максим Кронгауз в соавторстве с Еленой Арутюновой и Борисом Пановым выпустил «Неучебник по русскому языку»* (Комс. правда. 05.10.2018 // URL); *В пятницу, 11 января, на очередном этапе Кубка мира по биатлону в немецком Оберхофе победу в спринтерской гонке одержал россиянин Александр Логинов* (Комс. правда. 2019.11 янв. // URL); *В новогодние праздники кинопродюсера и шоумена Александра Цекало видели на улицах Рима и Барселоны* (Комс. правда. 11.01.2019 // URL).

Номинативную функцию выполняют имена и при передаче прямой речи. В таком случае они именуют адресанта. Например:

1. *Повышение пенсионного возраста для женщин на 8 лет обсуждалось очень бурно и тяжело. Наша ассоциация, как и многие другие, занимающиеся вопросами женщин, семьи и детей, была против такого поворота событий, – говорит руководитель Ассоциации женщин Северо-Запада РФ Элина Знаменская* (АиФ. № 36. 05.10.2018);

2. *Президентский полк – это воинская часть смешанного комплектования, – говорит замкомандира по работе с личным составом полковник Роман Лотвин* (АиФ. № 44. 31.10.2018);

3. *Декады подписки традиционно вызывают интерес со стороны подписчиков, – отметила заместитель генерального директора по*

почтовому бизнесу Почты России Инесса Галактионова (Комс. правда. 05.10.2018 // URL).

Как правило, в таких случаях антропоним определяется именем нарицательным, обозначающим профессию, должность, род занятий и т. п. того или иного лица (*лингвист Максим Кронгауз, заместитель генерального директора по почтовому бизнесу Почты России Инесса Галактионова, руководитель Ассоциации женщин Северо-Запада РФ Элина Знаменская* и т. п.).

В жанрах интервью, беседы журналист использует имя собеседника в качестве обращения. В таком случае антропонимы выполняют вокативную функцию. Например:

1. *Дмитрий, как вам продукт британских следователей, спецслужб и журналистов?* (из беседы журналистов «Комсомольской правды» с автором сценария сериала «Алиби» Д. Лемешевым // Комс. правда. 09.01.2019 // URL);

2. *Сергей Валерьевич, вы с детства мечтали полететь в космос?* (из беседы журналиста «Комсомольской правды» с уральским космонавтом С.В. Прокопьевым // Комс. правда. 04.01.2019 // URL);

3. *Наталья Алексеевна, 101 год назад большевики обещали народу построить справедливое государство. Не получилось в конечном счёте. Не получается и у постсоветской власти?* (из беседы журналиста «АиФ» В. Кожемякина с руководителем европейского Института демократии и сотрудничества, доктором исторических наук Н.А. Нарочницкой // АиФ. № 46. 14.11.2018).

В советский период в СМИ при упоминании об официальных (и прочих) лицах использовалась трехчленная форма имени: имя, отчество и фамилия. Такое обозначение всегда отмечалось как традиция именно русской речевой культуры. В постсоветский период демократизация, которая коснулась всех сфер жизни российского общества, в том числе и ревой практики, привела к вытеснению традиционной трехчленной формы

двучленной, а иногда и одночленной. Под влиянием западных моделей вместо традиционных *Владимир Ильич Ленин, Борис Николаевич Ельцин, Дмитрий Сергеевич Лихачёв* и т. п. появились двучленные *Владимир Ленин, Борис Ельцин, Дмитрий Лихачёв* и одночленные *Ленин, Ельцин, Лихачёв*. Причем совершенно неважно, о ком идет речь – о первых лицах государства или о спортсменах, представителях шоу-бизнеса и т. п.

Юный школьник и солидный профессор, президент, депутат, актер, рядовой труженик – все представлены одинаково кратко: *Владимир Путин, Сергей Шойгу, Константин Хабенский, Никита Михалков*. И даже еще демократичнее: *рейтинг Путина, выступление Жириновского*.

Приведем примеры из современной прессы: *В Аргентине прошёл первый день саммита «Большой двадцатки». Он запомнился молчаливой конфронтацией **Путина** и **Трампа**, сломанным самолётом **Меркель** и тысячами аргентинских китайцев на улицах* (АиФ. № 49. 05.12.2018); ***Владимир Путин** поехал сначала к Рубежному камню на Невском пятачке* (Комс. правда. 27.01.2019 // URL); ***Константин Хабенский** стал последним героем «Ёлок» и рассказал зрителям всё, о чём молчал восемь лет* (Комс. правда. 11.01.2019 // URL).

Современная молодежь не воспринимает подобные «сокращенные» формы имени как противоречащие норме. Но людьми старшего поколения, знающими языковые нормы и традиции, такое явление может расцениваться лишь как тенденция «не церемониться» и свидетельство неуважения. Ведь традиционно именование по имени-отчеству показывало вежливое отношение к именуемому. Древнерусских князей величали не только по отцу, но и по деду и прадеду, так как древностью рода тогда особенно гордились. Современные «сокращенные» формы свидетельствуют о том, что мы сознательно отрекаемся от своих корней, от генного кода, передаваемого из поколения в поколение.

Помимо номинативной и вокативной функций, в современных публицистических текстах антропонимы нередко выполняют эмоционально-

экспрессивную функцию и функцию характеристики, воздействия. Эмоционально-экспрессивная функция часто реализуется в жанрах беседы, интервью: собеседники, отвечая на вопросы журналистов, используют разного рода оценочную, эмоционально-экспрессивную лексику, демонстрируя характер отношений с кем-либо, передавая свои чувства, выражения отношение к кому-либо.

Так, разговорные формы имени типа *Коля, Лена* могут свидетельствовать о неофициальных, нередко семейных, дружеских, приятельских отношениях между взрослыми людьми. Например:

Тот же Михаил Агранович, бывший муж мамы. Он 10 лет нас с Машей воспитывал после смерти Шукшина, был нашим отчимом... (рассказала «Комсомолке» младшая дочь Лидии Федосеевой-Шукшиной Ольга) (Комс. правда. 02.01.2019 // URL).

Подчеркивая какие-либо свойства личности, антропоним выполняет функцию характеристики. В этом случае имя собственное часто подвергается трансформации, становится средством языковой игры.

Л.А. Батурина среди структурно-семантических приемов трансформации имен собственных, функционирующих в газетных текстах, выделяет следующие [1, с. 63–64]:

1. парадигматическое изменение ономастических единиц (омонимия, паронимия): *А я Монику не **Билл**, а я Монику любил!*
2. парафраз (замена элемента прецедентного текста прецедентным именем): *Дай, **Арафат**, на счастье руку мне;*
3. аббревиация: *Прибыли на берега Темзы и «соратники по оружию» **БАБа** и др.*

Отметим и фоносемантическую трансформацию имени собственного в целях языковой игры. Например: *Фамилия **Тимошенко** переводится, как «**Ты – мошенник**»* (из выступления М. Задорнова).

Таким образом, современные публицистические тексты насыщены антропонимами, которые выполняют разные функции: номинативную

(служат средством именованя лица, о котором идет речь), вокативную (именуют того, к кому обращаются с речью); эмоционально-экспрессивную, характеризующую, воздействующую (выражают характер отношений между людьми, содержат оценку, характеризуют лицо, его качества, действия). Такое многообразие функций ономастической лексики обусловлено основными качествами публицистических текстов: их информативностью, семантической емкостью и эстетической ценностью.

Список использованных источников

1. Батурина Л.А. Имена собственные в газете // Русская речь. – 2006. – № 6. – С. 63–65.
2. Солганик Г.Я. Публицистический стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2006. – С. 312–315.

FUNCTIONS OF ANTHROPONYMS IN PUBLICISTIC STYLE

Chernikova N. V.,

Professor at the Department
of Social Sciences and Humanities
Michurinsk State Agrarian University,
Michurinsk, Russia
chernikovanat@mail.ru

Komarova K. E.,

1 year postgraduate student
Social Pedagogical Institute
Michurinsk State Agrarian University,
Michurinsk, Russia
pdo.k@yandex.ru

Annotation. The article discusses the functions that anthroponyms perform in a journalistic style – nominative, vocative, emotionally expressive. An

assessment is given of the appropriateness / irrelevance of the use of various forms and variants of naming a person.

Keywords. Anthroponyms, journalistic style, functions of antroponyms.