

Следовательно, прецедентный текст, знакомый носителям языка, должен быть знаком и изучающим этот язык для восприятия фразеологических единиц в качестве прецедентных высказываний для восприятия положительной или отрицательной ценности и формирования коллективного концепта. Таким образом, для аудитории, изучающей русский язык как неродной, освоение русской идиоматики в аспекте прецедентности будет намного продуктивнее.

### **Библиографический список**

1. Алефиренко, Н.Ф. ПротOVERбальное порождение культурных концептов и их фразеологическая репрезентация / Н.Ф. Алефиренко. // *Филологические науки*. – 2002. – № 5. – С. 72-81.
2. Брилева, И.С. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь: Вып. первый / И.С. Брилева, Н.П. Вольская, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, В.В. Красных. – М.: “Гнозис”, 2004. – 318 с.
3. Волошинов, В.Н. (Бахтин, М.М.) Марксизм и философия языка: Основные проблемы социологического метода в науке о языке / В.Н. Волошинов. – М.: Лабиринт, 1993. – 190 с.
4. Караулов, Ю.Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности / Ю.Н. Караулов // *Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы. Доклад советской делегации на VI конгрессе МАПРЯЛ*. – М.: Русский язык, 1986. – С. 105-126.
5. Костомаров, В.Г. Как тексты становятся прецедентными / В.Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова // *Русский язык за рубежом*. – 1994. – № 1. – С. 73-76.
6. Слышкин, Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышкин. – М.: Academia, 2000. – 128 с.
7. Юнг, К.Г. Попытка психологического истолкования догмата о Троице / К.Г. Юнг // *Ответ Иову*. – М.: Канон +, 2001. – С. 150-173.

**В.А. Дюмина**

## **ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АМЕРИКАНСКИХ НЕОФИЦИАЛЬНЫХ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ**

*Самарский государственный университет*

Традиционно считается, что прозвища даются человеку с целью придать ему индивидуальность и выделить его из общей массы людей, однако было замечено, что только половина всех прозвищ отличается уникальностью и сохраняет эту уникальность, не пересекаясь ни в одном из своих значений с другими единицами вторичной номинации. В связи с этим представляется целесообразным рассмотреть особенности семантических характеристик прозвищ на конк-

рентном лингвистическом материале, который размещается на специальных сайтах, посвященных VIP-персонам американской политической, культурной и спортивной элиты. Следует заметить, что особый интерес для исследования американских неофициальных имен собственных вызывают случаи совпадения прозвищ у разных людей, когда одно и то же прозвище может быть обнаружено у двух и более персонажей в художественно-прозаическом дискурсе или у реально существующих людей. Например, обладателями прозвища **Cadillac** являются сразу два спортсмена – Gregory Wayne Anderson (американский баскетболист) и Carnell Williams (игрок американского футбола из США). Несмотря на то, что люди-носители прозвища Cadillac являются представителями одной профессиональной среды, данная кличка отражает разные характеристики референтов. Интересно, что прозвище закрепилось за обоими номинантами в детские годы, однако в первом случае оно носит скорее шуточный характер, поскольку досталось баскетболисту по имени Gregory Wayne Anderson по той причине, что он целыми днями катался на велосипеде по школьному двору. Можно предположить, что прозвище Cadillac появилось по причине ироничного отношения и зависти школьных друзей к владельцу велосипеда, с другой стороны, – оно может ассоциироваться с гордостью и высокомерием обладателя столь “роскошного” транспорта. Во втором случае прозвище Cadillac служит признаком уважительного отношения окружающих к парнишке по имени Carnell Williams, который тоже получил это прозвище в детские годы, когда его сверстник и школьный друг, восхищавшийся спортивными успехами друга, сравнивал его движения с плавными и мягкими движениями дорогого престижного автомобиля. Обращает на себя внимание, что спортсмены принадлежат к группе выдающихся личностей, чьи профессиональные успехи в спорте послужили поводом для появления неофициальных имен, которыми их наградили болельщики. Так, боксеры Rafael Limon, Wilfredo Gomez и Ike Quartey за сокрушительную силу ударов, выносливость и волю к победе получили одно и то же прозвище **Bazooka**, а хоккеисты Al Amos Arbour, Garth Butcher и Mel Keeling имеют прозвище **Butch**, которое характеризует стиль игры спортсменов и, возможно, их личностные качества (butch – наглц, грубиян). Поскольку реализация семантического потенциала вышеназванных прозвищ предполагает их соотнесенность с разными референтами, неофициальные имена собственные в данных случаях могут рассматриваться как омонимичные наименования, которые совпадают по форме (написанию, звучанию), но отличаются семантическими нюансами, позволяющими сохранять инвариантный смысл вторичной номинации. Любопытно, что эти нюансы касаются, например, различий в спортивной деятельности, которыми занимаются

обладатели прозвища Cadillac: Gregory Wayne Anderson – баскетболист, а Carnell Williams известен своими спортивными успехами как футболист. Люди, получившее одно и то же прозвище, могут представлять совершенно различные социальные группы. Например, хоккеистов Andre Dupon, Frank Xavier Goheen, Earnest Johnson, Mark Messier, Harry E. Watson, известного игрока американского футбола Daryl Johnston и американского президента Theodore Roosevelt объединяет прозвище **Moose**, которое служит для характеристики профессиональных качеств спортсменов, в то время как президент Рузвельт сам себя наградил этим прозвищем, т.к. на вопрос о своем здоровье он неизменно отвечал “здоров как лось” (“fit as a moose”). Необходимо отметить, что наиболее объемной по количеству прозвищ является парадигма вторичных номинаций, представленных неофициальными именами собственными, обладателями которых являются американские президенты:

**George Bush** – GW, GWB, 43, Bush 43, Bush Jr., Bush the Younger, Baby Bush, Shrub, Bush II, Uncurious George, Incurious George, The Smirking Chimp, King George III, Resident Bush, Commander-in-Thief;

**Bill Clinton** – Comeback Kid, Big Dog, Slick Willie, The Big Creep;

**Ronald Reagan** – The Gipper, The Great Communicator, Ronnie Raygun, Rotten Ronnie, The Great Prevaricator;

**Theodore Roosevelt** – Teddy, TR, Trustbuster, Rough Rider, Roosevelt I, The Hero of San Juan Hill, The Lion;

**Abraham Lincoln** – Honest Abe, The Rail-Splitter, The Great Emancipator;

**George Washington** – Father of His Country, Sword of Revolution, The General, Town Destroyer.

Дискурсивный потенциал вышеназванной парадигмы прозвищ, которые получили во времена своего пребывания у власти американские президенты, наряду с вариативностью оформления (числительные, имена собственные, словосочетания и т.п.) отличается стилистической маркированностью, что позволяет рассматривать вторичные неофициальные имена собственные в качестве членов единого синонимического ряда, поскольку в определенных контекстах они могут быть взаимозаменяемы. Например, они получили широкое распространение в средствах массовой информации, чаще всего используются авторами публикаций с учетом политических взглядов издания, желая позитивно или, напротив, негативно охарактеризовать деятельность героя на посту президента США.

Вышеприведенными примерами далеко не исчерпывается перечень американских прозвищ, которые отличаются своими структурными и содержательными параметрами и представляют благодатное поле для исследователей.

### Список источников выборки

1. [http.en.wikipedia.org](http://en.wikipedia.org).
2. [www.about.com](http://www.about.com)
3. [www.blurty.com](http://www.blurty.com)
4. [www.expertfootball.com](http://www.expertfootball.com)
5. [www.imdb.com](http://www.imdb.com)
6. [www.limbunny.com](http://www.limbunny.com)
7. [www.oddtodd.com](http://www.oddtodd.com)
8. [www.who2.com](http://www.who2.com)

С.В.Ильсова

## ОТЫМЕННЫЕ ГЛАГОЛЫ, МОТИВИРОВАННЫЕ ИМЕНАМИ СОБСТВЕННЫМИ, В АСПЕКТЕ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ИГРЫ

*Ростовский государственный университет*

Материалом для настоящего исследования послужили отыменные глаголы, выбранные из текстов СМИ за период с 2002 по 2006 год, что является продолжением нашего изучения словообразовательной игры в языке СМИ (Ильсова, 2002).

Прежде чем перейти к анализу конкретного материала, сделаем некоторые пояснения:

1. В данном исследовании, так же как во всех опубликованных ранее, мы отстаиваем свое понимание словообразовательной игры (далее – СИ), не связывая ее с нарушением нормы, а видя в ней творческое использование ресурсов словообразования, определяемое функциональным стилем, в границах которого происходит игра (художественный, публицистический, рекламный, разговорный), прагматикой, или коммуникативным намерением адресанта (от незатейливой шутки до ярко выраженной социальной оценочности), наконец, уровнем языковой компетенции адресанта.

2. Как показывает собранный нами за многие годы материал, имена собственные как база для СИ в количественном отношении едва ли уступают именам нарицательным, особую активность при этом проявляют антропонимы и топонимы, обыгрывание которых порождает блестящие примеры контаминаций (*ЗаКАННодатели* стиля; *ЗаКРЬМа* бывшей родины; Русская *простиТуция*; *Беспределькино* и др.), графических окказионализмов (Какая ж свадьба без *буЯНА*; Сорванные *АКСЕЛЬбауты*; Родила *ГРАФиня* в ночь для Андре Агасси дочь; Победная *СЕРЕНА*да Шарাপовой); *МЫСкина* доброй надежды и др.), “фокус-покус приема” (*оскар-шмоскар*, *Тверская-Взрывская*), создания новых слов по образцу (“Копейка” станет “*Юанькой*”).