

3. Лисова, И.А. Неофициальная антропонимия Белорусского Поозерья: полиаспектный подход: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02 / И.А. Лисова // Национальная академия наук Беларуси. Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы. – Минск, 2016. – 26 с.

4. Семянькова, Г.К. Аб'ём і змест аднаго з мікраядзер семантычнага поля “Прозвішчы жыхароў Віцебшчыны” / Г.К. Семянькова // Весці Беларускага дзяржаўнага педагагічнага ўніверсітэта. – 2001. – № 2. – С. 56–63.

5. Семянькова, Г.К. Матранімічныя прозвішчы на тэрыторыі Віцебшчыны: сістэмны і арэальны аспект / Г.К. Семянькова // Веснік Віцебскага дзяржаўнага ўніверсітэта. – 2001. – № 3 (21). – С. 69–71.

6. Скребнева, Т.В. Антропонимикон современного белорусского города в динамическом и социолингвистическом аспектах (на материале русскоязычных личных имен г. Витебска): автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02 / Т.В. Скребнёва // Белорусский государственный университет. – Минск, 2010. – 23 с.

**В.М. Коврыга**

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова

e-mail: viktorria.kvr@gmail.com

Научный руководитель: Мезенко А.М., доктор филологических наук, профессор

УДК 81'373.2:008:070:911.3(476+410.1)

### **Ономастический стереотип в репрезентации образа Англии**

Ключевые слова: *стереотип, ономастический стереотип, оним, Англия, газетный текст.*

*В статье рассматриваются ономастические стереотипы, характерные для репрезентации образа Англии в белорусских и британских газетных текстах. Установлено, что ономастические стереотипы являются закрепившимся в сознании представителей определенного народа образом имени, который несет в себе богатые социальные, исторические и культурные сведения.*

### **Onomastic stereotype in the representation of England's image**

**V.M. Kovryga**

Vitebsk State University named after P.M. Masherov

Key words: *stereotype, onomastic stereotype, onym, England, newspaper text.*

*The article is devoted to the connection between stereotypes and onomastics. Onomastic stereotypes typical for the representation of England in Belarusian and British newspaper texts are studied. It's established that onomastic stereotypes are a special name image reflecting in the national consciousness, which possess rich social, historical and cultural information.*

Язык наилучшим образом отражает человеческую культуру и является источником представлений о культурных ценностях и традициях нации. У каждого народа существуют собственные представления об окружающей действительности. Одним из способов исследования специфики национального образа мира является изучение языковых *стереотипов*. В каждом обществе постепенно складываются определенные стереотипы – как относительно своей культуры, так и относительно представителей другого культурного и языкового пространства. Особенности функционирования стереотипов посвящено большое количество научных работ (В.И. Карасика, Л.П. Крысина, В.В. Красных, И.М. Кобзоевой, Т.Н. Вольнец, С.В. Гладких, В.А. Гончаровой, Е.Ю. Горшунновой и др.), однако все они проводились без учета специфики имен собственных. По этой причине необходимо отметить относительную

малоизученность ономастических стереотипов, которые, однако, часто встречаются в газетных текстах на разных языках. Материалом исследования послужили тексты наиболее известных белорусских («Беларусь сегодня», «СБ Тенденции») и британских газет (“The Guardian”, “The Times”).

Для начала отметим, что определения термина «*стереотип*» в современных лингвистических исследованиях разнятся.

Понятие стереотипа ввел американский публицист У. Липпман. В монографии «Общественное мнение» (1922) под *стереотипом* понимается определенный образ окружающего мира, оказывающий влияние на нас и наше отношение к нему, избирательный и неточный способ восприятия действительности, ведущий к ее упрощению и порождающий предрассудки [6].

С позиции современной лингвистики *стереотип* определяется как некоторая структура ментально-лингвального комплекса, формируемая инвариантной совокупностью валентных связей, приписываемых данной единице и репрезентирующих концепт феномена, стоящего за данной единицей, в его [концепта] национально-культурной маркированности при определенной предсказуемости направленных ассоциативных связей (векторов ассоциаций)» [4, 127]. Для превращения явления в стереотип необходимо наличие некоторого упрощенного знания о нем и эмоционального отношения.

Л.П. Крысин в статье «Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы» дает следующее определение понятия «*этностереотип*»: «Этностереотип понимается как стандартное представление, имеющееся у большинства людей, составляющих тот или иной этнос, о людях, входящих в другой или в собственный этнос» [5, 450].

По мнению Н.В. Васильевой, стереотипы в сфере имен собственных можно рассматривать как разновидность социальных и этнокультурных стереотипов [2]. Р.Ю. Шебалов формулирует следующее определение термина «*ономастический стереотип*»: «Ономастический стереотип – это относительно устойчивый, закрепленный в языковом сознании «образ» имени, стандартный код интерпретации имени как знака, несущего социо- и этнокультурную информацию о его потенциальном носителе» [7].

Вопрос о функционировании ономастических стереотипов является в некоторой степени этнокультурным и социокультурным. Значимым критерием функционирования ономастических стереотипов является их типичность, которая основывается на частотности употребления стереотипов.

Как в белорусских, так и в британских газетных текстах широкое распространение получил оним «*туманный Альбион*» (англ. “*foggy Albion*”): «Пока Западная Европа страдает от выпавших за сутки месячных норм осадков и внезапных наводнений, **туманный Альбион** вопреки сложившимся стереотипам наслаждается сухой погодой, принимая у себя на автодроме в Сильверстоуне очередной этап Больших Призов элиты мирового автоспорта» [1]. “*The Russians still refer to “Foggy Albion”*” [10]. Данный оним не просто поэтично вербализует стереотип, прочно закрепившийся за островом Великобритания, но и несет в себе богатый этнокультурный и исторический материал.

Слово «*Альбион*» (лат. “*albus*” – белый) имеет кельтское происхождение, изначально использовалось древними греками (упоминается у Птолея), затем перешло в древнеримскую литературу. На протяжении XVI–XVII вв. англичан еще именовали просто «немцами» (т.е. немцами, не говорящими по-русски). По мере развития и укрепления контактов между Россией и Англией накапливались знания о «туманном Альбионе» как о стране, непохожей на все другие страны Европы, с особой культурой и бытом. Выражение «*коварный Альбион*» (фр. “*perfidie Albion*”) пришло в Россию из Франции. На протяжении XVIII в. эта страна неоднократно оказывалась в состоянии войны с Англией, и при каждом ухудшении отноше-

ний этот образ всплывал вновь. В России этот оним приобрел особенно широкое распространение в период Крымской войны (1835–1956). По мнению российского историка Н.А. Ерофеева, именно Крымская война «подвела черту в развитии английского образа и завершила формирование нового символа в виде «коварного Альбиона», хотя до начала 30-х гг. XIX в. в отношениях между Англией и Россией не возникало конфликтов и разногласий [3]. Приведенные факты свидетельствуют о том, что ономастический стереотип «туманный Альбион» значим для представления образа Англии, так как содержит в себе уникальные исторические и культурные факты о развитии отношений между двумя народами в различные периоды времени, несет в себе информацию о восприятии представителей другой нации.

С давних времен чай является одним из символов Англии. Говоря об особой любви англичан к чаю и их трепетному отношению к чайным церемониям, следует подчеркнуть, что чай является неотъемлемой частью английской культуры, и весь мир воспринимает это именно таким образом. Обнаружены газетные тексты, в которых содержатся краткие исторические справки о древности чайной традиции и ее значимости: «*К чаепитию дамы готовились, как к светскому рауту <...> леди за один вечер успевали посетить до двадцати «файв-о-клоков»* [1]. “*To read Joseph Roth describe “five o’clock tea” in The Hotel (1930) – “corpulent ladies who have been prescribed Marienbad” drinking from “miniature coffee cups resembling thimbles”* [9]. Так, оним “five o’clock tea” несет в себе название национальной традиции. Перевод на русский язык путем транслитерации («файв-о-клок») имитирует звучание английского словосочетания, тем самым придает бóльшую аутентичность, подчеркивает этнокультурный характер данного ономастического стереотипа. При этом склонение слова «файв-о-клок» по модели русского существительного свидетельствует о том, что данная английская традиция хорошо известна и понятна среднестатистическому читателю белорусских газет.

Средством вербализации ономастических стереотипов, характерных для образа Англии, являются *астионимы* (собственные имена городов), распространенным из которых является «Лондон» (англ. “London”): “*The Shard looms over Borough Market in London, supposedly the banking and food capital of the world*” [8]. Весьма закономерно, что большое количество газетных статей содержат множество информации о политических, экономических и культурных событиях, происходящих в Лондоне, который является столицей и крупнейшим городом Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии. Город играет ведущую роль в жизни Соединенного Королевства и всегда отличался активным участием в международных делах.

Отметим, что в белорусских периодических изданиях астионим «Лондон» также распространен: «*Благодаря расширению присутствия в Лондоне, который Google рассматривает в качестве одного из лучших мест в мире для работы, в Соединенном Королевстве смогут разместиться по меньшей мере 10 тыс. сотрудников*» [1]. Приведенный пример иллюстрирует, что Лондон по праву считается одним из ведущих финансовых центров мира для международного бизнеса. Степень концентрации бизнеса подтверждается крупнейшими финансовыми операциями и сделками, сосредоточением юридических и бухгалтерских фирм. По этой причине выявленный нами ономастический стереотип является значимой характеристикой, которая способствует презентации Англии в текстах периодических изданий.

Стереотип, в соответствии с которым Лондон – одна из первых ассоциаций с Англией, прочно закрепился в сознании изучающих английский язык: «*Например, изучать технические тексты, а не уже набившую оскомину тему “London is the capital of Great*

*Britain*” [1]. «*Лондон – столица Великобритании*» – одна из первых фраз, которую запоминают школьники. Она надолго запоминается и порождает ассоциацию, согласно которой Англия практически приравнивается Лондону.

Оним «*гольфовые вдовы*» (англ. “*golf widows*”) давно вошло в английский словарь со значением «женщина, чей муж проводит много времени за игрой в гольф» [8]. Согласно данному стереотипу, семья такого мужчины практически не получает никакого внимания: «*Два столетия назад знаменитая английская писательница Агата Кристи вспоминала, как ее первый супруг увлекся игрой в гольф, и она вынуждена была пополнить широкие ряды «гольфовых вдов»*» [1]. “*Ms Wright used to tell her friend that she was a “golf widow” because of the amount of time Mr Wright spent at Hintlesham Hall golf club, where he won a number of trophies*” [9]. Примечательно, что данный оним породил ряд других аналогичных ономастических стереотипов: *fishing widow*, *football widow*, *computer widow*.

Подводя итог нашему исследованию, отметим, что изучение стереотипов в контексте ономастики представляет собой значимое и перспективное поле деятельности. В каждом языке имя собственное является значимым лингвокультурным явлением, которое обладает определенной ассоциативной семантикой. Благодаря ассоциациям, которые могут прочно закрепиться в сознании говорящего, имя собственное не просто характеризует объект номинации, а вкладывает в его именование особенности культурно-исторического и мировоззренческого становления народа и его современные приоритеты. По этой причине имя собственное имеет определенный потенциал для того, чтобы стать стереотипным.

Ономастические стереотипы распространены в текстах белорусских и британских периодических изданий. Анализ имеющегося в нашем распоряжении материала свидетельствуют о том, что онимы несут в себе не только функцию наименования, но и являются значимым источником информации о культурно-исторических явлениях и в силу своей устойчивости поддерживают взаимодействие поколений.

#### Литература

1. Беларусь Сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/>. – Дата доступа: 15.10.2021.
2. Васильева, Н.В. Антропонимические стереотипы в кросс-культурном аспекте / Н.В. Васильева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2010 – № 2 (2). – С. 453–456.
3. Ерофеев, Н.А. Туманный Альбион: Англия и англичане глазами русских, 1825–1853 гг. / Н.А. Ерофеев. – М.: Наука, 1982. – 320 с.
4. Красных, В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? – Человек. Сознание. Коммуникация / В.В. Красных; Моск. ун-т им. М.В. Ломоносова, Филол. фак. – М.: Изд-во АО «Диалог-МГУ», 1998. – 350 с.
5. Крысин, Л.П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы / Л.П. Крысин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – Екатеринбург, 2003. – С. 450–455.
6. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 383 с.
7. Шебалов, Р.Ю. Ономастическая игра в художественном тексте (на материале ранних рассказов А.П. Чехова): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Р.Ю. Шебалов; ГОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет». – Екатеринбург, 2004. – 24 с.
8. Collins English Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/>. – Дата доступа: 07.11.2021.
9. The Guardian [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/international>. – Дата доступа: 07.11.2021.
10. The Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thetimes.co.uk/>. – Дата доступа: 07.11.2021.