

дит, банки), введение в ФАМ (введение в финансовую и актуарную математику), ЭиЭММ (эконометрика и экономико-математические модели), МиЦоМиЦ (маркетинг и ценообразование), ФиФМ (финансы и финансовый менеджмент), ИПР (исследование и прогнозирование рынка).

5) ассоциация. Название предмета соотносится с другим известным словом, имеющим отличное значение от названия предмета. Так, названия предметов могут соотноситься:

а) со специальностью, профессией, сферой деятельности: венеролог, бизнес, детство, дети (детские болезни), дизайнер (дизайн костюма и тканей).

б) с веществами, предметом, материалом: наркота (наркология), тряпки (материаловедение), таксы (налоги и налогообложение), автомат (автоматизация средств механизации и робототехника).

в) с местом: реанимация, маркет, тропики.

г) может иметь место звуковая ассоциация: смерч (мерчендайзинг), адка, шиза (нормальная физиология), хирня (госпитальная хирургия), херы (оперативная хирургия), патшиза, хобочет, хобыч (бухгалтерский учет), бх (бэха).

**Заключение.** Названия учебных предметов используются в речи студентов в полной или в сокращенной формах в зависимости от ситуации и условий общения.

Продуктивным способом сокращения названия предметов является усечение названия с образованием слов в форме женского рода с ударным конечным -á (биоргá, фармá) и аббревиация.

Возможно использование одного и того же наименования для называния разных предметов (УП – управление персоналом, УП – устная практика иностранного языка).

Сокращение и ассоциация выступают основными способами создания вариантов однословных и двухсловных названий предметов; сокращение, аббревиация и ассоциация – многословных названий предметов. Следовательно, мы можем говорить здесь об общем законе языка – экономии речевых усилий.

## НЕОФИЦИАЛЬНЫЕ ЛИЧНЫЕ ИМЕНА В РЕПРЕЗЕНТАТИВНОЙ ФУНКЦИИ

*И.А. Лисова*

*Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

О представлении неофициальными формами личных имен известно давно. Еще в грамматике русского языка англичанин Лудольф (1696 г.) писал: «Русские пользуются уменьшительными именами не только тогда, когда хотят ласково обратиться к кому-нибудь, как, например, дружок от друг, но из учтивости подписывают свои имена в письмах в уменьшительной форме, Ивашка вместо Иван, Петрушка вместо Петр» [цит. по 1, 186]. Однако до сих пор подробных исследований, посвященных анализу неофициальных имен, употребляющихся в ситуации знакомства, не проводилось. Поэтому рассмотрение частотности, целей и особенностей употребления модификатов имен в самоименовании *актуально*. *Цель исследования* – выявить особенности семантики дериватов личных имен в репрезентативной функции.

**Материал и методы.** Материал исследования: результаты анкетирования, проведенного в Поставском, Браславском и Витебском районах Витебской области. Опрошено 379 респондентов разного возраста и социального статуса. Мето-

ды исследования: анкетирование, словообразовательный, формантный, описательный, элементы статистического метода.

**Результаты и их обсуждение.** Одним из важнейших пластов информации, получаемых в ситуации знакомства, является информация, транслируемая именем, которым человек представился. *Репрезентация* (фр., representation) — представительство, представление [2, 578]. Возможны три репрезентативных ситуации с использованием имени: самопредставление (сам для других), представление посредником (другие о человеке), представление о себе среди окружающих (сам для себя). Особенности первых двух ситуаций описывает в своей работе К.А.Андреева: «1) говорящий сам выбирает форму представления, которую он хочет впоследствии получить как обращение; 2) посредник, сообразуясь с ситуацией, выбирает, с его точки зрения, наиболее подходящую форму» [3, 12]. Третья ситуация самоименования определяет то, как человек видит себя среди собеседников: дети чаще всего не называют себя полной формой имени, так как их никто так не именуется, поэтому связь «полное имя – модификат» может отсутствовать, особенно тогда, когда форма гораздо короче полного имени (*Александр – Саши*). Среди взрослых отказ от полной формы имени порождается желанием певцов, писателей и других творческих людей приблизиться к публике, вызвать положительное к себе отношение (*Дима Билан, Лера Сом*).

В восприятии нового для собеседника человека на первый план выходят наиболее информативные его социальные и психологические характеристики. «Имя представляет (stellt dar) своего носителя. Это дает право понимать имя как обозначение сущности. Но нужно помнить, что имя сначала говорит о том, кто есть его носитель, а уже потом, что он есть» [4, 326]. Человек интерпретирует черты представившегося в соответствии с уже накопленными знаниями, они обобщаются в выводах об особенностях характера собеседника. В случае саморепрезентации (называйте меня *Оленькой*) неофициальные личные имена отражают личностные качества представленного. Если речь о себе и имя употреблено впервые в неофициальной форме о взрослом человеке, можно предполагать эгоистичность человека в случае деминутива. Открытость в случае усеченной нейтральной формы. Если человек представляется пейоративом, можно судить либо о заниженной самооценке, либо о низком социальном статусе, либо об агрессии, когда вариант с устрашающей, а не просто отрицательной коннотацией. На основе таких выводов возникают различные речевые стратегии в отношении нового для собеседника человека. «В случае восприятия другого человека это могут быть либо ожидания от каких-либо черт воспринимаемого, либо от той роли, которую он представляет или носителем которой является» [5, 100].

На основе полученных нами путем анкетирования данных можно сделать вывод о том, что неофициальным формам имен в репрезентации отводится значительное место. Официально представляются 227 респондентов (**59,9%**), неофициально – 144 (**38%**), официальную и неофициальную формулу именования в зависимости от ситуации используют 8 человек (**2,1%**). Русская трехкомпонентная формула используется при самоименовании только один раз, имя-отчество – 12 раз, имя-фамилия – два раза и только фамилия – один раз. 363 человека (**95, 78%**) используют в ситуации знакомства личное имя (официальную и неофициальную формы).

Неофициальные формы личных имен в функции представления дифференцированы нами по структурно-семантическому принципу на **четыре класса**: гипокористики (нейтральные в восприятии, усеченные формы), их использует 103

человека (27,18%): *Влад, Оля*; деминутивы (уменьшительно-ласкательные, с положительной коннотацией, суффиксальные формы), употребляются 31 человеком (8,18%): *Танюшка, Виталик*; конвергенты (нейтральные, с коннотацией заимствованности), проникающие в неофициальный именник в речи молодого поколения (10 респондентов, 2,64%) наряду с традиционными формами личных имен: *Кейт, Серж*; пейоративы (с увеличительно-устрашающим, пренебрежительным оттенком, отражающие отношение панибратства, суффиксальные формы), употребляющиеся в репрезентации тремя респондентами: *Серёга, Санёк, Светка*. Способом упрощения коммуникации в случае, когда личное имя респондента является редким и непривычным, является замена по принципу сходности: *Ленгина* в ситуации знакомства предпочитает называть себя *Олей*, а *Гонората – Анной* (*Гонората – Ганна – Анна*). Таким путем самоименующий пытается войти в рамки социальной нормы. Использование уменьшительно-ласкательной формы личного имени малознакомыми людьми является отступлением от речевой нормы и интерпретируется респондентами противоречиво: одни считают, что употребление такого модификата говорит об отсутствии культуры, хороших манер, умственных способностей, о лести, подхалимстве, презрении, неискренности говорящего, о том, что ему что-то нужно от собеседника, другие, наоборот, полагают, что человек доброжелателен, именуемый ему приятен, нравится, стремится к доверительным отношениям, симпатизирует, уважает и даже боится или пытается доминировать. Положительно оценивают употребление уменьшительно-ласкательной формы имени в репрезентативной функции молодые респонденты (до 25 лет), те, кто представляется гипокористиками и деминутивами ввиду обладающих неофициальных сфер коммуникаций.

**Заключение.** Таким образом, неофициальные формы личных имен часто выступают в репрезентативной функции. Уместными являются гипокористики (нейтральные модификаты, образованные усечением), настраивающие собеседника на доверительное общение, восприятие его равным тому, к кому обращена речь. Деминутивы в речи малознакомых коммуникантов вызывают противоречивое восприятие, поэтому нежелательны в номинации при знакомстве. Форма имени зависит также от социального статуса и возраста того, кому представлен именуемый.

#### Список литературы

1. Ковадло, Л.Я. Слово – тайна тысячелетий / Л.Я.Ковадло. – Мн.: Тесей, 2004. – 304 с.
2. Словарь иностранных слов / отв. ред. В.В.Бурцева, Н.М.Семенова. – М., 2004. – 820 с.
3. Андреева, К.А. Русское личное имя в коммуникативно-прагматическом аспекте: автореф. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / К.А.Андреева. – М., 2011. – 23 с.
4. Лосев, А.Ф. Личность и Абсолют / сост. и общ. ред. А.А.Тахо-Годи. – М.: Мысль, 1999. – 719 с.
5. Андреева, Г.М. Психология социального познания: уч. пос. для высших учебных заведений / Г.М.Андреева. – М., 1997. – 239 с.