

На правах рукописи

Кропачева Ксения Игоревна

**ЛИНГВОСЕМИОТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ В
АНТРОПОНИМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

Специальность 10.02.04 – Германские языки

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Нижний Новгород

2021

Работа выполнена на кафедре английской филологии в ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова».

Научный руководитель Тырыгина Валентина Алексеевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры английской филологии ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова»

Официальные оппоненты Буркова Татьяна Александровна, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой романо-германского языкознания и зарубежной литературы ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет имени М. Акмуллы»

Томберг Ольга Витальевна, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой германской филологии ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

Ведущая организация ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

Защита диссертации состоится 19 января 2022 г. в 13.30 на заседании Д 212.163.01 при НГЛУ по адресу: 603155, г. Нижний Новгород, ул. Минина, д. 31а, 3-й корпус, ауд. 3319.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной литературы библиотеки НГЛУ по адресу: 603155, г. Нижний Новгород, ул. Минина, д. 31а, 3-й корпус, ауд. 3503.

Автореферат размещён на официальном сайте ВАК при Минобрнауки России: <https://vak.minobrnauki.gov.ru>

Диссертация и автореферат размещены на официальном сайте НГЛУ: <https://lunn.ru>

Автореферат разослан « ____ » _____ 2021 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета



С.Н. Аверкина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Современная наука проявляет особый интерес к изучению человеческого фактора в различных областях знания, что привело к использованию антропоцентрического подхода при исследовании широкого спектра научных проблем. Для лингвистических исследований последних десятилетий в рамках данного подхода характерно изучение связей между языковыми единицами и особенностями восприятия мира носителями языка.

Антропонимы являются уникальным языковым явлением, представляющим особую ценность при изучении особенностей лингвокультурного и аксиологического аспектов языка вследствие того, что у них имеется способность к отражению влияния различных явлений и событий на жизнь народа – носителя языка. Существует ряд особенностей именования людей в связи с многочисленными факторами, влияющими на популярность того или иного имени собственного в определённый период развития языка.

Антропонимы неоднократно привлекали внимание лингвистов: их изучали Н.В. Алейникова, М.Н. Аникина, А.Н. Антышев, А.Ф. Артемова, Л.А. Артемова, Т.С. Астахова, Л.Б. Бойко, В.И. Болотов, В.Д. Бондалетов, Н.В. Боровикова, Т.А. Буркова, И.В. Гайдук, С.И. Гарагуля, Д.И. Ермолович, К.Б. Зайцева, Е.Ф. Исаева, Л.П. Калакуцкая, Н.Е. Камовникова, О.А. Леонович, Е.Л. Липихина, Э.Б. Магазаник, Т.М. Наумова, Е.А. Нахимова, Т.В. Нестерова, В.А. Никонов, Л.В. Окунева, Е.Н. Полякова, О.А. Постникова, О.А. Прокудина, Б.Х. Псеунова, Е.Ю. Рубцова, А.И. Рыбакин, Е.Ю. Сидоренко, Г.А. Силаева, А.В. Суперанская, А.В. Терещенко, О.А. Фоменко, С.В. Чавпецова, Ю.И. Чайкина, М.О. Чичина, И.С. Чурсина, Л.Г. Шеремет, Л.М. Щетинин, Н.С. Яковенко и др.

Актуальность данной диссертационной работы базируется на повышенном интересе лингвистов к особенностям воздействия на читателя с помощью моделирования ценностей языковыми средствами. В частности, необходимо выявить, какую роль в художественном и массмедийном дискурсах

играют имена собственные, в которых можно выделить оценочный компонент. Представляется целесообразным рассмотреть лингвосомиотическое моделирование ценностей посредством антропонимов, так как они представляют собой один из самых распространённых типов имён собственных и, кроме того, наиболее тесно связаны с человеком.

Объектом исследования в данной работе является антропонимическое пространство английского языка, представленное в текстах художественных произведений и массмедийных текстах. В качестве **предмета** в данном диссертационном исследовании выступают особенности реализации аксиологического потенциала антропонимических единиц, которые используются в художественном и массмедийном дискурсах для лингвистического моделирования ценностей.

Цель данного исследования состоит в выявлении сходства и отличий в использовании антропонимических единиц английского языка при оценивании индивидов, предметов, событий и явлений в художественном и массмедийном дискурсах. Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

1) представить обзор теоретических положений, касающихся ценностной картины мира как одной из составных частей языковой картины мира и места антропонимов в ней, с целью установления возможности изучения ценностей посредством исследования особенностей функционирования антропонимических единиц;

2) рассмотреть «говорящие» и прецедентные антропонимы в качестве единиц языка, вносящих вклад в формирование ценностной картины мира, с позиций лингвокультурологии;

3) определить аксиологический потенциал англоязычного антропонимического пространства, который делает возможным лингвосомиотическое моделирование ценностей;

4) уточнить особенности художественного и массмедийного дискурсов, оказывающие влияние на специфические характеристики встречающихся в них онимических единиц;

5) описать особенности функционирования прецедентных и/или «говорящих» антропонимических единиц в указанных выше дискурсах с учётом наличия у данных онимов аксиологического потенциала и его реализации;

б) выявить различия в лингвосемиотическом моделировании ценностей, а именно в использовании антропонимов с оценочным компонентом, в данных типах дискурсов.

Материал для исследования представлен 420 «говорящими» и/или прецедентными антропонимами из художественной литературы и 60 из массмедийных текстов, которые были отобраны для изучения с помощью метода сплошной выборки.

Для достижения указанной выше цели и решения имеющихся задач при проведении данного диссертационного исследования использовался ряд **методов**: описательный метод, методы стилистического, дискурсивного, семантического, когнитивного, контекстуального, компонентного, количественного и статистического анализа, сплошной выборки, анализа словарных дефиниций, лингвистического моделирования. Исследование осуществлялось с позиций антропоцентрической парадигмы, в рамках семиотического подхода к анализу языка.

В качестве **теоретической базы** использовались труды отечественных и зарубежных исследователей, изучавших языковую картину мира и взаимодействие языка и культуры (Н.Д. Арутюнова, Н.Н. Болдырев, Г.А. Брутян, Й.Л. Вайсгербер, А. Вежбицкая, А.А. Гвоздева, В. фон Гумбольдт, В.П. Даниленко, Е.В. Иванова, Е.В. Иванцова, В.А. Маслова, Ю.А. Рылов, Ю. Трабант), особенности функционирования онимов в естественном языке (В.Д. Бондалетов, С.И. Гарагуля, Е.А. Гладченкова, Д.И. Ермолович, Т.А. Комова, И.А. Кондакова, О.А. Леонович, Т.М. Наумова, В.А. Никонов, А.В. Суперанская, Е. Шохенмайер, Дж. Элджиоу), лингвистическую семантику (Ю.Д. Апресян, И.М. Кобозева, Н.Г. Комлев, Н.А. Лукьянова, М.В. Никитин, И.А. Стернин, В.Н. Телия, Н.И. Толстой), семантику оценки (Е.М. Вольф,

М.С. Ретунская, О.А. Титова), лингвистическую семиотику и лингвистическое моделирование (Н.В. Боровикова, В.И. Карасик, М.Л. Ковшова, В.Г. Логачева, Е.В. Падучева, А. Соломоник, А.А. Уфимцева), а также особенности текстов и дискурсов (Е.С. Абрамова, И.Ю. Беловодская, М.Н. Володина, И.Р. Гальперин, Г.Р. Гаспарян, Т.А. ван Дейк, Т.Г. Добросклонская, В.А. Кухаренко, В.А. Лукин, Ю.Е. Прохоров, З.Я. Тураева, В.А. Тырыгина, В.Е. Чернявская) и функционирование в них антропонимов (Л.А. Артемова, Т.А. Буркова, Н.В. Васильева, Т.В. Волкодав, Н.А. Володько, И.В. Гайдук, Л.Ю. Горнакова, Е.Ф. Исаева, В.М. Калинин, Ю.А. Карпенко, Э.Б. Магазаник, Е.А. Нахимова, О.И. Фонякова).

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- впервые представлен опыт комплексного описания реализации аксиологического потенциала англоязычного антропонимического пространства в художественном и массмедийном дискурсах;
- выявлены особенности лингвосемиотического моделирования ценностей с помощью антропонимов, содержащих оценочный компонент;
- установлена соотнесённость способов лингвосемиотического моделирования ценностей посредством антропонимов с глобальными коммуникативными установками художественного и массмедийного дискурсов;
- выявлено различие в пределах реализации аксиологического потенциала антропонимических единиц английского языка в художественном и массмедийном дискурсах.

Гипотезу исследования можно сформулировать следующим образом: лингвосемиотическое моделирование ценностей в англоязычных художественном и массмедийном дискурсах может осуществляться с помощью онимов, а именно «говорящих» и/или прецедентных антропонимов, причём особенности такого моделирования зависят от основных функций, выполняемых этими дискурсами.

Теоретическая значимость данного исследования состоит в обобщении существующих знаний о функционировании антропонимов в рамках антропоцентрического подхода, в дальнейшем изучении особенностей реализации их аксиологического потенциала в художественном и массмедийном дискурсах и в комплексном описании использования антропонимов для лингвосемиотического моделирования ценностей в указанных выше дискурсах.

Практическая значимость работы заключается в том, что её результаты могут быть использованы в процессе преподавания лексикологии, стилистики и ряда других дисциплин в высших учебных заведениях, а также для составления методических пособий по практическому курсу английского языка для студентов лингвистических направлений/специальностей.

Данная работа прошла **апробацию** на следующих конференциях: «Наука и образование в XXI веке» (Тамбов, сентябрь 2013 г.), «Язык, личность, деятельность: взгляд молодых исследователей» (Киров, апрель 2014 г.), «Скребневские чтения» (Нижний Новгород, апрель 2014 г.), «Язык, личность, деятельность: взгляд молодых исследователей» (Киров, 2015 г.), «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики» (Тольятти, 2015 г.), «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии» (Новосибирск, 2015 г.), «Стратегии и тактики в англоязычном речевом общении» (Нижний Новгород, 2015 г.).

Представленное диссертационное исследование **соответствует паспорту специальности 10.02.04 – Германские языки**: в данной работе рассматриваются теоретические и функциональные аспекты английского языка, принадлежащего к германской группе, его современного состояния и особенностей функционирования; исследование осуществлялось в русле антропоцентризма как современной научной парадигмы.

На защиту выносятся следующие положения.

1. К антропонимам, обладающим потенциалом для лингвосемиотического моделирования ценностей в художественном и

массмедийном дискурсах, принадлежат прецедентные и/или «говорящие» единицы. Именно они позволяют автору художественного или массмедийного текста выразить своё отношение к индивиду, предмету, событию или явлению, а также воздействовать на формирование мнения читателей.

2. Специфика лингвосемиотического моделирования ценностей, осуществляемого с помощью актуализации аксиологического потенциала англоязычного антропонимического пространства, представленного в художественном и массмедийном дискурсах, проявляется в частотности использования ситуативных и внеситуативных прецедентных и/или «говорящих» антропонимов, в разнообразии моделей построения и схем перенесения оценочного «заряда». В художественном дискурсе наблюдается более частое использование ситуативных антропонимов и ситуативных сравнений с использованием внеситуативных единиц. Модели построения и схемы перенесения оценочного «заряда» в данном дискурсе характеризуются большим разнообразием по сравнению с их представленностью в массмедийном дискурсе. Данные особенности функционирования антропонимов обусловлены меньшим объёмом массмедийного текста, а также отсутствием необходимости создания в нём художественного образа.

3. В художественном дискурсе наблюдаются явления контекстуальной полисемии, контекстуальной синонимии и контекстуальной антонимии антропонимов. Для массмедийного дискурса полисемия, синонимия и антонимия антропонимов нехарактерны (как и для их функционирования в языке в целом, что отмечается лингвистами в качестве их характерной особенности). Такое нетипичное использование антропонимов в художественном дискурсе можно объяснить особенностями реализации их аксиологического потенциала в текстах художественных произведений, заключающимися в появлении у них дополнительных функций, а также особенностями самого художественного дискурса, наполненного имплицитными смыслами.

4. В художественном дискурсе аксиологическая информация (оценка и моделируемая ценность) имплицирована: не всегда представляется возможным, опираясь только на поверхностную структуру текста, достоверно определить, какую именно оценку несёт в себе «говорящий» и/или прецедентный антропоним и какие ценности им моделируются. В массмедийном дискурсе в подавляющем большинстве случаев данная информация эксплицирована в тексте, иногда с некоторой степенью повышенной семиотичности, знаковой избыточности, подкрепляющей однозначность интерпретации.

5. Различия в функционировании антропонимов в художественном и массмедийном дискурсах, особенностях их использования для лингвосемиотического моделирования ценностей обусловлены следующим. У художественного дискурса ключевыми являются когнитивная и эстетическая функции, в связи с чем воздействие на читателя происходит через конкретные ситуации, которые описаны в тексте художественного произведения, но ценности моделируются в обобщенной аксиологической форме, а следовательно, и лингвосемиотическое моделирование ценностей носит общий характер, что соотносится с более широким ценностным осмыслением. В массмедийном дискурсе на первый план выходят информирование и оказание воздействия, однако это воздействие отличается от того воздействия, которое оказывает на читателя художественная литература, так как оно направлено на то, чтобы вызвать определённые эмоции и чувства по отношению к конкретному событию, явлению или индивиду, т. е. ценности моделируются не обобщённо, а в привязке к чему-либо или кому-либо.

Структура работы соответствует решению поставленных задач. Работа включает в себя 196 страниц текста и состоит из введения, трёх глав, заключения, списков использованной литературы, использованных словарей и энциклопедий, источников, а также семи приложений. Общий объём работы (вместе с приложениями) составляет 274 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность диссертационного исследования, описывается его научная новизна, выявляется теоретическая и практическая значимость, указываются объект и предмет, использованный для проведения исследования материал, излагаются положения, выносимые на защиту.

В **главе I «Антропонимы в свете антропоцентрической парадигмы»** приводится обзор теоретических положений, касающихся обоснования особой роли имён собственных, в частности антропонимов, в ценностной картине мира, и рассматриваются «говорящие» и прецедентные антропонимы в качестве наиболее перспективные единиц для выявления особенностей лингвосемиотического моделирования ценностей в англоязычных художественном и массмедийном дискурсах.

Изучение языковой картины мира до сих пор является актуальным, хотя существует множество трудов, посвящённых её исследованию. Так, недостаточно исследованной остаётся такая часть языковой картины мира, как ценностная картина мира. Её рассмотрение в рамках лингвистического исследования возможно через изучение ценностей, которые моделируются с помощью языковых средств.

Для изучения ценностной картины мира, а именно с целью рассмотрения особенностей лингвосемиотического моделирования ценностей, представляется целесообразным исследовать функционирование в языке антропонимов как одних из самых распространённых онимов и наиболее тесно связанных с человеком языковых единиц. Особой значимостью для выявления специфики ценностной картины англоязычного мира обладают «говорящие» и прецедентные антропонимы (в число последних входят аллюзивные антропонимические единицы), причём антропонимическая единица может быть одновременно «говорящей» и прецедентной.

«Говорящие» антропонимы представляют интерес вследствие изначально заложенной в них характеристики, в то время как прецедентные антропонимические единицы обретают возможность отражать имеющиеся в обществе ценности благодаря ассоциативным связям.

Как у «говорящих», так и у прецедентных имён собственных при их функционировании в художественном и массмедийном дискурсах может наблюдаться реализация имеющегося аксиологического потенциала, вследствие чего происходит оценивание, результатом которого является языковая оценка. Так как посредством оценки производится экспликация ценностей, существующих в определённом обществе, изучение функционирования «говорящих» и/или прецедентных антропонимических единиц в англоязычных художественном и массмедийном дискурсах с точки зрения их вклада в лингвосемиотическое моделирование ценностей позволяет определить ценности, наиболее часто моделируемые при помощи указанных выше языковых единиц, а значит, те из них, которые являются наиболее значимыми для общества, говорящего на английском языке.

Глава II «Аксиологический потенциал антропонимического пространства английского языка» посвящена описанию аксиологического потенциала англоязычного антропонимического пространства, при этом антропоним рассматривается с позиций семиотики, т. е. как знак, в языке и речи, что создаёт предпосылки для изучения лингвосемиотического моделирования ценностей в художественном и массмедийном дискурсах.

Оценивание как процесс и оценка как результат данного процесса являются ключевыми для лингвосемиотического моделирования ценностей. Именно наличие оценочного компонента у некоторых антропонимических единиц позволяет использовать их для кодирования ценностей, которое является частью лингвосемиотического моделирования ценностей.

В случае моделирования ценностей с помощью языковых средств важным является рассмотрение слова в качестве знака, который, функционируя в синтаксическом измерении, т. е. в определённом контексте, реализует и свои

семантическое и прагматическое измерения. Изучение антропонимов как знаков с акцентом на последних двух измерениях представляется наиболее перспективным, так как позволяет выявить особенности лингвосемиотического моделирования ценностей при помощи антропонимов с оценочным компонентом.

Лингвосемиотическое моделирование ценностей основано на реализации аксиологического потенциала слова, в данном исследовании таким словом является «говорящий» и/или прецедентный антропоним. Реализация данного потенциала зависит от особенностей оценки и коммуникативной ситуации, в рассматриваемых в третьей главе данной работы случаях – от дискурса, в котором происходит актуализация аксиологического потенциала антропонима.

В художественном дискурсе могут наблюдаться контекстуальная синонимия (*Cleopatra, Mae West, Marlene Dietrich* в романе *The Other Side of Midnight*) и контекстуальная антонимия антропонимов (*Adolf Hitler, Albert Schweitzer* в романе *A Stranger in the Mirror*). В качестве полисемии можно рассматривать употребление одного и того же антропонима в разных значениях / с разными преобладающими коннотациями. Например, в романе Дж.Ф. Купера *The Last of the Mohicans* антропоним *Apollo* используется для обозначения сферы деятельности Давида Гамута (*a disciple of Apollo*), в то время как в *The Deerslayer, or The First War-path* данный антропоним характеризует внешность индейца Чингачгука (*an Apollo of the wilderness*). В массмедийном дискурсе была обнаружена только контекстуальная антонимия, представленная антропонимической единицей *Dr Jekyll and Mr Hyde*, изначально предполагающей противопоставление.

Рассмотрение реализации аксиологического потенциала «говорящих» и/или прецедентных антропонимов в англоязычных художественном и массмедийном дискурсах позволяет выявить особенности лингвосемиотического моделирования ценностей в антропонимическом пространстве английского языка, так как именно в данных дискурсах перед автором текста ставится задача воздействия на читателя с целью получения от

него определённой реакции на написанное, в том числе и моделирования ценностей.

В главе III «Лингвосемиотическое моделирование ценностей через антропонимы в англоязычных художественном и массмедийном дискурсах» уточняются особенности художественного и массмедийного дискурсов и особенности функционирования в них антропонимов, проводится анализ особенностей реализации аксиологического потенциала англоязычного антропонимического пространства в художественном и массмедийном дискурсах с целью определения сходства и различий лингвосемиотического моделирования ценностей через антропонимы в данных дискурсах.

Анализ ономастического разряда компонента «говорящих» и/или прецедентных антропонимических единиц, с помощью которого производится оценивание, выявил преобладание прозвищ, однако в художественном дискурсе, в отличие от массмедийного, имена употребляются чаще, чем фамилии, а также имеются групповые антропонимы (*Jane Doe, Mrs Blinkety Blank, Wendy WASP*), которые отсутствуют в массмедийных текстах.

Анализ степени зависимости «говорящих» и/или прецедентных антропонимов от ситуации позволил выявить значительные различия в функционировании данных онимов в художественном и массмедийном дискурсах: в массмедийном дискурсе намного меньше ситуативных антропонимов и ситуативных сравнений с использованием внеситуативных онимов, что объясняется достаточно небольшим объёмом текста и отсутствием необходимости создавать образ персонажа.

Анализ структурных признаков «говорящих» и/или прецедентных антропонимов позволяет говорить о преобладании двучленных именовании с меньшим количеством одночленных именовании и совсем незначительной долей многочленных именовании. Для художественного дискурса характерно большее разнообразие моделей двучленных и многочленных именовании.

Анализ семантических признаков, для оценивания которых используются «говорящие» и/или прецедентные антропонимические единицы, позволил выявить следующее:

- преобладает характеристика индивидов, реже таким способом оцениваются предметы, события и явления;
- наблюдаются различия в частотности использования групп антропонимов, оценочный компонент которых характеризует те или иные семантические признаки: в художественном дискурсе самой многочисленной является группа антропонимических единиц, которые используются с целью оценивания особенностей характера и поведения, в массмедийном – профессии, занятия, способностей и/или знаний в определённой сфере; на втором месте – группа антропонимических единиц с оценочным компонентом, который характеризующий профессию, занятие, способности и/или знания в определённой сфере, тогда как в массмедийном дискурсе это особенности характера и поведения; третья и четвёртая группы тоже «поменялись местами», а антропонимы из наиболее малочисленных групп, оценивающих семантические признаки «физические способности» и «умственные способности», в массмедийных текстах не были обнаружены.

При оценивании «заряд» обычно переносится с «говорящей» и/или прецедентной антропонимической единицы на оцениваемого индивида (в редких случаях – на предмет, событие, явление): *Adonis* (+) → Anthony DeMarco (+); *the Twitcher* (-) → Camillo Stela (-); *the African Messi* (+) → Christian Atsu (+); *Othello* (-) → Orenthal James Simpson (-).

Однако иногда встречаются случаи, когда мелиоративные оценочные единицы используют для характеристики кого-нибудь или чего-нибудь отрицательного, а пейоративные – для положительной характеристики. Если речь идёт о «говорящем» антропониме, то можно говорить о насмешке, высмеивании вследствие отсутствия у объекта оценки заявленных положительных характеристик (*Beauty Smith*), отрицании наличия определённых качеств (*Mr. Warmth* (+) → Roger Hudson (-)), нежелании быть

сопричастным чему-либо (*Mrs Blinkety Blank* (-) → *Amyas Crale* (+)) или сравнении (*Wendy WASP* (+) → *Jennifer Cavilleri* (-)). В случае с оцениванием посредством прецедентных антропонимических единиц могут использоваться следующие схемы: «сравнение с объектом оценки» (*Kate Hepburn* (+) → *Josephine Czinski* (*Jill Castle/Temple*) (-); *Margaret Thatcher* (+) → *Angela Merkel* (-)); «указание на определённые знания, способности объекта оценки» (*Achilles* (-) → *Constantin Demiris* (+)); «упоминание о том, что даже определённый человек не в силах помочь в сложившейся ситуации либо только он один мог бы помочь» (*San Gennaro* (+) → *Ivo Palazzi* (-)); «характеристика объекта оценки посредством сферы профессиональной деятельности лица» (*McGreavy* (+) → *Carol Roberts* (-)).

Иногда авторы художественных произведений используют не антропонимические единицы, уже известные англоязычному читателю как прецедентные, в том числе аллюзивные, а те антропонимы, которые были созданы ими самими. При проведении данного диссертационного исследования были обнаружены следующие случаи использования антропонимических единиц, введённых авторами в текст для именованя персонажей, для характеристики их самих или других персонажей: *Big Bertha: the Big Berthas*; *Charles Martel: a Charles Martel*; *David Kenyon: a David Kenyon*; *Elsa: the Elsas of this world*; *Israel Katz: the Israel Katzes of the world*; *McGreavy: the McGreavys of the world*; *Raoul: the Raouls of the world*. Можно заметить, что именованя персонажей художественных произведений, использующиеся с указанной выше целью, характеризуются наличием артикля – неопределённого в случае употребления антропонимической единицы в единственном числе и определённого при её употреблении во множественном числе. В подавляющем большинстве случаев при использовании конструкции «определённый артикль + антропонимическая единица во множественном числе» за ней следует выражение *of the world* или *of this world*.

В художественном дискурсе не всегда представляется возможным достоверно определить, какую именно оценку – отрицательную или

положительную – несёт в себе «говорящая» антропонимическая единица, если речь идёт об обществе, которое отличается от современного европейского. Интерпретация оценочного компонента такой антропонимической единицы может основываться исключительно на догадках (*Le-cœur-dur* в романе *The Last of the Mohicans*). В массмедийном тексте обычно содержится информация о том, как следует оценивать тот или иной оним: “*The great Russian ballerina Anna Pavlova...*”; “*Extremely rich person Bill Gates...*”.

При чтении художественной литературы необходимо использовать весь «арсенал» имеющихся фоновых знаний для распознавания прецедентных антропонимических единиц и выявления их аксиологического потенциала, а в массмедийном дискурсе значение/коннотация онима обычно разъясняется в тексте, что помогает читателю «правильно» понять смысл, который был заложен автором текста при его написании (однако такая эксплицированность приводит к ослаблению производимого на читателя воздействия, в то время как эффект от использования прецедентных антропонимических единиц в художественной литературе является более выраженным).

Проведение исследования позволило выявить следующие наиболее часто встречающиеся взаимосвязи между оцениваемыми семантическими признаками и моделируемыми с их помощью ценностями:

- в художественном дискурсе: особенности характера и поведения – доброта (12%); профессия, занятие, способности и/или знания в определённой сфере – талант (38%), профессионализм (33%); социально-экономическое положение – влияние (50%), богатство (29%), родовитость (17%); внешний вид – красота (77%), сила (11%); умственные способности – ум (52%), мудрость (44%); физические способности – быстрота (60%), меткость (55%);

- в массмедийном дискурсе: профессия, занятие, способности и/или знания в определённой сфере – профессионализм (83%); особенности характера и поведения – агрессия (17%), доброта (17%), миролюбие (13%); внешний вид – красота (100%); социально-экономическое положение – богатство (100%).

Количество случаев моделирования ценностей «добродота» и «агрессия» в массмедийном дискурсе равно. Это объясняется тем, что агрессия становится ценностью в определённых видах спорта (*the Beast, Gladiator*: “I like it. This is what I try to be on the pitch. I open my arms, look big, get my body in the way and try to control the ball for my team”; “My job was to battle, but also to score”).

Таким образом, ценности, моделируемые с помощью антропонимических единиц с оценочным компонентом, зависят от дискурса, в котором функционируют данные антропонимы. То, что считается ценностью в рамках одного дискурса, может не быть ценностью (или быть антиценностью) в другом.

В **заключении** осуществляется обобщение результатов исследования, подводятся его итоги, определяются перспективные области для дальнейшего изучения лингвосемиотического моделирования ценностей.

Приложения содержат материал для исследования, полученный с помощью сплошной выборки и представленный в виде таблиц (Приложения 1–2), а также диаграммы и схемы, представляющие результаты исследования в наглядном виде (Приложения 3–7).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты изучения особенностей лингвосемиотического моделирования ценностей в антропонимическом пространстве английского языка на примере функционирования антропонимов в художественном и массмедийном дискурсах позволяют заключить следующее.

Антропонимы играют особую роль в текстах художественных произведений и массмедийных текстах, выходя за их рамки, являясь частью дискурса. «Говорящие» и/или прецедентные онимические единицы, в том числе антропонимические, которые являются одними из наиболее частотных онимов и наиболее тесно связанными с человеком языковыми единицами, при использовании в художественной литературе и массмедиа не только делают

изложение информации более выразительным, но и позволяют автору создать особую атмосферу, завуалированно или прямо выразить своё мнение и попытаться оказать влияние на читателя, сделать его своим единомышленником, тем самым реализуя свой аксиологический потенциал, в процессе чего осуществляется лингвосемиотическое моделирование ценностей. Моделирование ценностей с помощью антропонимов с оценочным компонентом становится возможным именно благодаря наличию у них аксиологического потенциала, который реализуется в конкретной ситуации.

При лингвосемиотическом моделировании ценностей с помощью актуализации аксиологического потенциала англоязычного антропонимического пространства в художественном и массмедийном дискурсах наблюдаются значимые различия в частотности использования ситуативных и внеситуативных «говорящих» и/или прецедентных антропонимов, в разнообразии моделей построения и схем перенесения оценочного «заряда» с вербального знака на персонажа.

Анализ степени зависимости «говорящих» и/или прецедентных антропонимов от ситуации выявил существенные различия в функционировании данных онимов в художественном и массмедийном дискурсах: в массмедийном дискурсе намного меньше ситуативных антропонимов и ситуативных сравнений с использованием внеситуативных онимов, что объясняется достаточно небольшим объёмом текста и отсутствием необходимости создавать образ персонажа.

В художественном дискурсе также было выявлено больше моделей построения «говорящих» и/или прецедентных антропонимов и схем проекции оценочного заряда с вербального знака на персонажа. Кроме того, в текстах художественных произведений можно встретить контекстуальную полисемию, контекстуальную синонимию и контекстуальную антонимию антропонимов с оценочным компонентом, хотя данные явления обычно не встречаются у онимов, что рассматривается в качестве одного из их отличий от имён нарицательных. В массмедийном дискурсе случаев контекстуальной

полисемии, контекстуальной синонимии и контекстуальной антонимии антропонимов не обнаружено.

При оценивании в большинстве случаев наблюдается перенос «заряда» с «говорящего» и/или прецедентного антропонима на оцениваемого индивида (предмет, событие, явление). Однако мелиоративная оценочная единица может использоваться для характеристики чего-нибудь или кого-нибудь отрицательного, а пейоративная – для положительной характеристики индивида, предмета, события или явления. В случае с «говорящими» антропонимическими единицами речь идёт о насмешке, высмеивании, потому что оцениваемые объекты не обладают заявленными положительными характеристиками.

В художественном дискурсе не всегда представляется возможным достоверно определить, какую именно оценку – положительную или отрицательную – несёт в себе «говорящий» и/или прецедентный антропоним, в то время как в массмедийном тексте обычно содержится информация о том, как следует оценивать тот или иной оним. Таким образом, при чтении художественных произведений необходимо использовать фоновые знания для распознавания прецедентных антропонимических единиц и выявления их аксиологического потенциала (особенно это касается тех прецедентных антропонимов, которые пока не стали аллюзивными), а в массмедийном дискурсе значение/коннотация онима обычно разъясняется в тексте даже тогда, когда оценка и моделируемая ценность понятны из контекста.

Данные различия обусловлены следующим. У художественного дискурса ключевыми являются когнитивная и эстетическая функции, воздействие на читателя происходит через конкретные ситуации, описанные в тексте художественного произведения, но ценности моделируются в общем, без привязки к конкретному реальному событию, явлению, индивиду. В массмедийном дискурсе на первый план выходят информирование и оказание воздействия. Однако это воздействие на читателя отличается от воздействия, оказываемого художественной литературой, тем, что оно направлено на

побуждение определённых эмоций и чувств по отношению к конкретному событию, явлению, индивиду, при этом ценности моделируются не в общем виде, а в привязке к чему-либо или кому-либо.

Данное исследование не претендует на полноту описания особенностей лингвосемиотического моделирования ценностей в англоязычных художественном и массмедийном дискурсах с помощью актуализации аксиологического потенциала англоязычного антропонимического пространства, так как нельзя утверждать, что при его проведении было обнаружено всё имеющееся в английском языке разнообразие изучаемых антропонимов. Однако оно может инициировать дальнейшее изучение функционирования антропонимов с оценочным компонентом в указанных выше дискурсах. Представляется перспективным исследование лингвосемиотического моделирования ценностей с помощью иных языковых единиц.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях общим объёмом 9,58 усл. печ. л. (авторский объём – 9,58 усл. печ. л.), в том числе в четырёх работах общим объёмом 3,69 усл. печ. л. (авторский объём – 3,69 усл. печ. л.), опубликованных в ведущих рецензируемых научных изданиях, которые рекомендованы ВАК при Минобрнауки России.

- 1. Кропачева, К.И. Аксиологические характеристики английских фразеологических единиц с именами собственными / К.И. Кропачева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 4. – Ч. 2. – С. 98–101. (0,41 усл. печ. л.)**
- 2. Кропачева, К.И. Особенности реализации аксиологического потенциала антропонимического пространства английского языка / К.И. Кропачева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2016. – № 1. – С. 136–142. (0,78 усл. печ. л.)**

3. Кропачева, К.И. Место оценочного компонента в семантической структуре антропонима (на примере антропонимического пространства английского языка) / К.И. Кропачева // Культура и цивилизация. – 2016. – № 2. – С. 22–36. (1,84 усл. печ. л.)
4. Кропачева, К.И. Лингвосемиотическое моделирование ценностей с помощью антропонимов в англоязычном художественном дискурсе / К.И. Кропачева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2020. – № 9. – С. 137–142. (0,66 усл. печ. л.)
5. Кропачева, К.И. Лингвосемиотическое моделирование ценностей в английском антропонимическом пространстве / К.И. Кропачева // Наука и образование в XXI веке: сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции (Тамбов, 30 сентября 2013 г.): в 34 ч. – Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2013. – Ч. 11. – С. 91–97. (0,35 усл. печ. л.)
6. Кропачева, К.И. Аксиологический потенциал антропонимического пространства английского языка / К.И. Кропачева // Иностранные языки: лингвистические и методические аспекты. – Тверь: ТвГУ, 2013. – Вып. 22. – С. 133–138. (0,34 усл. печ. л.)
7. Кропачева, К.И. Особенности функционирования антропонимов в англоязычных текстах / К.И. Кропачева // Язык, личность, деятельность: взгляд молодых исследователей: материалы V всероссийской научно-практической конференции молодых учёных (с международным участием) (Киров, 3–4 апреля 2014 г.). – Киров: ВятГГУ, 2014. – С. 152–154. (0,12 усл. печ. л.)
8. Кропачева, К.И. Особенности функционирования английских антропонимов в сленге и нецензурных выражениях / К.И. Кропачева // Теория и практика лингвистического описания разговорной речи: сборник материалов международной научной конференции «Скребневские чтения» (Нижний Новгород, 16–17 апреля 2014 г.). – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2014. – С. 66–70. (0,25 усл. печ. л.)

9. Кропачева, К.И. Особенности функционирования антропонимов в англоязычном массмедийном дискурсе / К.И. Кропачева // Язык, личность, деятельность: взгляд молодых исследователей: материалы VI всероссийской научно-практической конференции молодых учёных (с международным участием) (Киров, 9–10 апреля 2015 г.). – Киров: ВятГГУ, 2015. – С. 137–141. (0, 22 усл. печ. л.)
10. Кропачева, К.И. Аксиологические характеристики «говорящих» имён собственных в английском языке / К.И. Кропачева // Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики: материалы XII международной научно-практической конференции (Тольятти, 16–17 апреля 2015 г.): в 4 т. – Тольятти: ВУиТ, 2015. – Т. 4: в 2 ч. – Ч. 2. – С. 174–178. (0,28 усл. печ. л.)
11. Кропачева, К.И. Антропонимы в языковой картине мира (на материале английского языка) / К.И. Кропачева // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сборник статей по материалам LI международной научно-практической конференции (Новосибирск, 21 сентября 2015 г.). – Новосибирск: СибАК, 2015. – С. 19–27. (0,51 усл. печ. л.)
12. Кропачева, К.И. Роль аллюзии в реализации аксиологического потенциала антропонимического пространства английского языка / К.И. Кропачева // Стратегии и тактики в англоязычном речевом общении: материалы научной конференции (Нижний Новгород, 28 октября 2015 г.). – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2015. – С. 141–147. (0,38 усл. печ. л.)
13. Кропачева, К.И. Антропоним как знак в языке и речи (на примере антропонимического пространства английского языка) / К.И. Кропачева // Язык. Словесность. Культура. – 2015. – № 4–5. – С. 37–50. (1,69 усл. печ. л.)
14. Кропачева, К.И. Антропоцентрический подход к изучению антропонимического пространства английского языка / К.И. Кропачева // Культура и цивилизация. – 2015. – № 4–5. – С. 17–30. (1,75 усл. печ. л.)