

РЕЦЕНЗІЇ

Ходоренко Г. В. Когнітивні аспекти функціонування сучасної антропоніміки (на прикладі найменувань груп осіб) : монографія. — Дніпропетровськ : Пороги, 2011. — 422 с.

Рецензируемая монография отвечает ситуации, которая сложилась в современной науке сегодня, а именно — ситуации становления отечественной школы когнитивной ономастики. Научная мысль сегодня переживает переосмысление категорий, поиск ответа на нерешенные задачи в области лингвистики и семантики, в частности, семантики внутренней формы имен собственных. Ономастические исследования требуют дополнительных разработок, которые бы шли вглубь, раскрывая природу имен. Наряду с этим необходимо представлять себе ономастическую систему в целом, а также место определенных наименований в этой ономастической системе. Основные направления исследований имени, отраженных в настоящей монографии: 1) интернетовские имена отдельных индивидуумов (никонимы), 2) интернетовские имена *групп* людей, а также 3) наименования групп людей, занимающихся различными видами деятельности (коммерческой, творческой, деловой, социальной и т. д.). Интересным, на наш взгляд, является подход к антропонимному пространству фактического материала исследования, который автор рассматривает как две антропонимические экосистемы, развивающиеся по своим законам, определенно отличающиеся друг от друга. В первом случае, как определяет автор исследования, антропонимы — это наименования людей, не преследующих коммерческие цели, а использующих имя только исключительно для общения. Вторая же система имен — это система антропонимов — наименований групп людей, занимающихся коммерческой деятельностью (даже если речь идет о названиях творческих коллективов); автор считает, что это некий вид все той же коммерческой деятельности.

Общий замысел работы связан с необходимостью соединить решение двух насущных лингвистических проблем: описать особый лингвистический феномен — наименование групп лиц, не выделенный до сих пор как особая языковая номинативная единица и не получивший дефиниции и термина, а также познакомиться с историей формирования, становления и развития русской ономастической

системы; предложить пути лингвистического анализа основных видов собственных имен — наименований групп лиц, занимающихся различными видами деятельности. Исследования позволили автору дать описание структурных особенностей нового феномена имени групп людей, который не был еще описан в теории ономастических исследований, дать перспективные направления для углубления исследований имени, в частности интернетовского группового имени.

Монография Ходоренко А. В. позволяет по-новому осмыслить принципы организации собственных имен, применив по отношению к ним подходы, выработанные в основных трудах по когнитивной лингвистике. Изучение ономастической семантики и структуры долгое время сводилось практически только к составлению семантико-структурных классификаций, которые и сейчас играют важную роль при решении, к примеру, проблемы обоснования этимологии онима. Вместе с тем такое классифицирование не имеет разрешающей силы, позволяющей связать своеобразие онимии с установками ее создателя — народа. Автор настоящей монографии опирается на научные наработки отечественных ономастов М. В. Голомидовой, Е. Л. Березович, когнитивистов Дж. Лакоффа, Ч.Филлмора и представляет некую теорию — синтез ономастических и когнитивных исследований группового антропонима.

Рецензируемое исследование намечает новую линию в изучении имен собственных с лингвокультурологических позиций, разрабатывает перспективы для развития когнитивной ономастики. Актуальность работы обусловлена высокой лингвокультурологической ценностью ономастического материала, не занявшего пока должного места среди объектов лингвистического исследования, а также перспективами междисциплинарного исследования фактического материала.

В работе используется обширный теоретический материал разных научных школ Украины, России, западных научных школ, задействован конкретный антропонимический материал, представленный в приложениях к монографии; освещены принципы изучения имен собственных в традиционной парадигме, дан аналитический обзор ономастических исследований в диахронии их развития. Монография дает общетеоретическую базу в лингвокультурологическом и когнитивном аспектах исследования фактического материала ант-

ропонимов, а также позволяет по-новому подойти к анализу собственных имен, которые живо реагируют на происходящие в природе и обществе изменения, поэтому они могут служить некими «хронологизаторами» действительности, исторических памятников, а также менталитета современной личности номинатора. В силу особой консервативности имен собственных они переживают эпоху, в которую были созданы, сохраняют свидетельства состояния языка, содержат большую языковую и внеязыковую информацию.

В настоящей монографии имя собственное, НГЛ, определяется как языковая единица, называющая группу лиц, выделяющая её по роду деятельности, несущая когнитивную нагрузку и выполняющая роль категоризации внешней действительности, а следовательно имеющую глубинную семантическую структуру.

Автор предлагает общий термин для НГЛ, что является вкладом в теоретическую ономастику и антропонимику, «омадоним» либо «антропомадоним» (от греческого ομάδα — группа) + оним. Автор классифицирует способы образования НГЛ, которые сводятся в работе к трем типам онимизации, а именно, — семантическая, синтаксическая, словообразовательная онимизация. Внутри семантической онимизации выделяется использование стилистических средств и приемов. Антропомадоним, по наблюдениям, сделанными в исследовании, объединяет все наименования групп лиц: эргонимы, наименования партий, сект, коллективов, клубов, шоу-групп, интернетовских групп по коммерческой и некоммерческой целях объединения. Антропомадоним представлен в антропонимиконе современного языка словом, словосочетанием, предложением, текстом. На уровне слова антропомадоним может формально совпадать с зоонимами, псевдонимами, криптонимами. Антропомадоним активизирует ассоциативные связи фреймовых структур в когнитивном аппарате реципиентов; интенсивность антропомадонима достигается за счет использования стилистических приемов, метафор, тропов.

В целом монография выполнена в духе антропоцентрического подхода в лингвистике и ономастике, в своем исследовании автор стремится показать связь языка и личности, личности — имени. Антропоцентричность в науках приобретает характер принципиальной тенденции в проводимых исследованиях. В части монографии, соотносящейся с рекламными аспектами имени, имплицированном в

нем рекламного сообщения, автор опирается на работы, выполненные в рамках теории рекламы, затрагивает вопросы скрытой рекламы в наименованиях групп лиц и создаваемого манипулятивного эффекта и аффекта, разрабатываемых в современных отечественных работах таких ученых как В. В. Зирки, Е. Н. Мажар. Не удивительным, а закономерным является уклон в когнитивную сферу, сферу познания, которая определяет воспроизводство языка, порождение речи. Познание (когниция) — категория философии, наука, давшая ветви всем позже развивающимся наукам, теперь снова стала центром исследований всех наук (от гуманитарных до точных, и наоборот). Ученые сходятся в необходимости междисциплинарных исследований в попытках найти ответы на нерешенные вопросы, одним из которых есть мозг, инструмент познания.

К сожалению, понятия номинативный признак, антропонимическая модель, антропонимный тип, антропооформант и антропооснова, семантический признак имени, мотивированность НГЛ обрисованы недостаточно четко, на наш взгляд более четкое описание вышеназванных признаков по отношению к НГЛ существенно углубит анализ нового группового имени (НГЛ), не имеющего описания в традиционных ономастических исследованиях.

Психолингвистический анализ имени с привлечением психолингвистических коэффициентов позволил автору исследования дать некоторые замечания по характеру типа языковой личности автора наименования, — личности, стремящейся зачастую к доминированию. Обширный фактический материал косвенно позволяет делать выводы о тенденциях и настроениях в современном обществе, в котором присутствуют доминирование, манипулирование, «навязчивая» реклама и самореклама, преследующие коммерческие цели. Свою «интенсивность», способную влиять на сознание реципиентов, имя приобретает за счет апелляций к прототипам экстралингвистической реальности, прецедентным феноменам и личностям, перегруппировывая ассоциативные связи в когнитивном аппарате индивидуумов и делая имя знакомым, понятным, лёгким для восприятия. С позиций когнитивной семантики и фреймового анализа показаны механизмы преобразований внутри языкового знака имени, доказав, что любые преобразования структуры — это формирование значения, оттенков значения на уровне «внутриименной» онимизации и трансонимиза-

ции, демонстрирующей преобразования смыслов в когнитивном аппарате авторов наименований. Преобразование смыслов происходит по фреймовым сценариям ассоциативного и акционального типов в классификации фреймов Ч. Филлмора. Аспекты описания конструирования, изначального образования, преобразования смыслов требуют доработок с привлечением исследований в области искусственного интеллекта, гештальт-теории, а также расширения области фактического материала.

Для настоящего исследования имени полезным будет также обратиться к персонологическим направлениям в ономастике, в частности, 1) построении модели языковой личности в когнитивном аспекте (Г. И. Берестнев, Н. Ю. Караулов, А. М. Шахнарович), 2) коммуникативно-деятельностном аспекте (Г. И. Богин, В. И. Шаховский, Е. В. Иванцова, В. Д. Лютикова). Автор монографии делает общие выводы о типе психологической личности номинатора, основываясь на психолингвистических коэффициентах, однако совсем не затрагивает коммуникативно-деятельный аспект НГЛ, который бы обогатил исследование.

В целом, в настоящем исследовании автором добавлен материал в теорию ономастических исследований, дано общее описание группового антропонима, собраны в один ряд все имена групп людей, введен новый термин омадоним (антропомадоним) для обозначения имени любых групп людей, что не было сделано в отечественной ономастике. Настоящая монография делает акцент на целостности семантики и формальной структуры имени, выражающей аспекты его внутренней формы.

Замечания, высказанные выше, не влияют на положительный отзыв о настоящей монографии, которая является состоявшимся научным трудом, полезным для широкого круга людей, интересующихся вопросами языка, познания, философии и может быть рекомендована для публикации.

Е. Ю. Карпенко