

© А. В. Цепкова

УДК 811.111'374.8 + 391/395

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОЗВИЩ РАЗЛИЧНЫХ МОТИВАЦИОННЫХ ТИПОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

А. В. Цепкова (Новосибирск, Россия)

Мотивированность прозвищ рассматривается в статье как основание национально-культурной маркированности определенного разряда неофициальных антропонимов. Цель работы заключается в подробном анализе основных мотивационных моделей британских и американских прозвищ с точки зрения механизма, положенного в основу номинации, а также с точки зрения их лингвокультурологического потенциала. Выделяемые учеными-ономастами типы мотивации (внешняя, внутренняя) предполагают деление прозвищ на характеристические и нехарактеристические (отантропонимические) наименования, противопоставляемые по признаку «способность характеризовать объект номинации». Характеристический потенциал имени, понимаемый как способность отражать свойства номинанта, определяет лингвокультурологический потенциал имени, понимаемый как способность отражать объекты и явления культуры. В результате был сделан вывод о том, что отражение культурно-специфичных знаний свойственно характеристическим прозвищам, создаваемым на основе вторичной номинации (*Ginger* (Имбирь) < рыжие волосы). Такие прозвища отражают культуру непосредственно, подчеркивая общность свойств объектов. Нехарактеристические прозвища на уровне мотивации лишены лингвокультурологического потенциала, за исключением тех случаев, когда наименования создаются на основе истинной или ложной этимологизации собственного имени (*Kasper* < фамилия *Ghost*). Данные наименования отражают культуру опосредованно, основываясь на случайном фонетическом сходстве имени человека и названия объекта-реалии, при этом актуализации свойств самих объектов не происходит.

Ключевые слова: прозвище, антропоним, мотивация, номинация, лингвокультурологический потенциал, лингвокультура, этимологизация, характеристизация.

Данная работа направлена на выявление лингвокультурологического потенциала прозвищ на семантическом уровне. Для этого в статье рассматривается проблема сигнификативного значения прозвищ как особых единиц ономастического

пространства, анализируются различные типы мотивации прозвищ и продуктивные модели их образования, а также рассматриваются основания национально-культурной маркированности прозвищ выделенных мотивационных типов.

Цепкова Анна Васильевна – доцент кафедры английского языка, Новосибирский государственный педагогический университет.

E-mail: a_tsepkova@mail.ru

Прозвища, подвергаемые анализу в рамках настоящего исследования, были получены методом сплошной выборки из англоязычных интернет-сайтов, словарей, а также в ходе анкетирования, интервьюирования и ассоциативного эксперимента, проведенных среди 60 англоязычных информантов. Также в ходе исследования применялись метод количественного анализа прозвищ различных мотивационных групп и метод интерпретационного анализа прозвищных контекстов. В результате была составлена авторская картотека, насчитывающая около 7000 единиц.

Национально-культурная маркированность номинативной единицы на семантическом уровне заключается в наличии в ее значении коннотаций, обусловленных актуальными фоновыми знаниями относительно объектов материальной и нематериальной культуры (реалий, стереотипов, предрассудков, суждений, ассоциаций и т.п.). Национально-культурная маркированность придает номинативной единице лингвокультуро-логический потенциал, понимаемый как ее способность отражать объекты и явления культуры.

Мотивация является одним из основных аспектов, определяющих способность прозвищ отражать культуру. Прозвища представляют собой один из ярких примеров открытого класса слов, характеризующегося нестабильностью состава. Не имея собственной номенклатуры, они создаются как вторичные знаки; при этом, в зависимости от источника мотивации (внеязыковая реальность или языковая система) происходит их деление на две основные группы, существенно отличающиеся друг от друга в формальном, семантическом, когнитивном, прагматическом и функциональном планах.

Дж. Морган, К. О'Нил, Р. Харрэ, развивая мысль Н. Барли о влиянии на систему именовании *внешних (external)* и *внутренних (internal)* факторов, применяют этот принцип классификации к прозвищам [4, с. 9, 36–42]. Прозвища, возникающие под воздействием *экстралингвистических факторов*, являются внешне мотивированными. Это прозвища, характеризующие особенности внешности, характера, поведения человека. При этом под *внутренними факторами* следует понимать мотивирующий признак, основанный на стимуле лингвистического характера (собственное имя номинанта). Кроме того, на основе анализа собранного материала нами была выделена группа прозвищ, мотивированная одновременно лингвистическими и экстралингвистическими факторами. Важным показателем способности отражать культуру является наличие в составе прозвищного наименования апеллятива, несущего в своем значении культурно-специфичные коннотации или обозначающего культурную реалию. Рассмотрим каждую из групп более подробно.

I. *Внешне мотивированные прозвища* формируют группу номинативных единиц, образованных, в первую очередь, от имен нарицательных, а также широко известных собственных имен (антономазия) и топонимов. По данным авторской картотеки, они составляют 73,7–76,7 % (здесь и далее, в случае несовпадения процентных показателей, сначала приводится количество прозвищ, характеризующее британскую, а затем – американскую лингвокультуры).

К внешне мотивированным прозвищам относятся характеристические наименования, отражающие различные свойства именуемого. Как правило, выделяемые группы прозвищ универсальны («внешность»,

«профессия», «поведение», «характер», «речь», «одежда», «физические способности», «интеллектуальные особенности», «национальность», «место рождения, проживания») и отражают те свойства человека, которые прототипически служили основными способами его идентификации в обществе.

В группе характеристических прозвищ основными механизмами образования выступают прямая и вторичная номинации.

Прямые наименования составляют 17–18 % от общего количества прозвищ: *Swede*, *Tallboy*, *Big Guy*. При этом прозвища, образованные на основе логического перифраза, составляют 6,3–8,2 %. Приводимые ниже примеры сопровождаются пометами “BrE” (британская лингвокультура), “AmE” (американская лингвокультура), указывающими на источник прозвищных контекстов. Прозвища данной группы способны отражать только те реалии культуры, которые напрямую характеризуют статус человека, называют географический объект, связанный с местом происхождения или проживания: *the Elder Statesman* (пример, полученный в результате опроса информантов, далее – ОИ), *Man from Missouri* (33 президент США Г. Трумэн) [7, с. 116] – AmE;

Вторичные наименования составляют 56,7–58,7 % от общего количества прозвищ. На основании анализа собранного материала автором были выделены главные механизмы образования прозвищ на основе вторичной номинации (процентное соотношение механизмов вторичной номинации представлено в таблице 1):

– метафора: *Half-pint* < “Dad called me so because I was short” [Do You Have A Nickname? <http://www.popculturist.net/names-and-nicknames/>], *Chromedome* < лысый, *Ginger*, *Gingernut*, *Nut* <

рыжие волосы (ОИ) – BrE; *Pumpkin* < рыжие волосы (ОИ) – AmE;

– метонимия: *Carol* < “i like singing Christmas carols” [Nicknames – Xenith Forums; <http://www.xenith.net/forums/index.php?showtopic=445>] – AmE;

– антономазия: *Rudolph* < “red nose”, ссылка на красноносого оленя из рождественской сказки [Nicknames of school teachers? <http://uk.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070724080833AAnyqXQ>] – BrE; *Angelina Jolly* < “very thick, full lips”, *Olive Oyl* < “very thin, named after a cartoon character of extremely thin build” (ОИ) – BrE, AmE; *Shrek* < 1) podgy fingers (ОИ) – AmE; 2) a bulbous nose (ОИ) – BrE; *Pinocchio* < 1) a liar (ОИ) – AmE; 2) a long nose (ОИ) – BrE, AmE;

– метафора + метонимия: *Trout Pout* < “very thick, full lips” (ОИ) – BrE; *Squidhead* < “Dave Thomas was called “Squidhead” by his childhood schoolmates because he happened to have a head disproportionate to his body” [TV Acres. Nicknames; http://www.tvacres.com/nick_coverpage.htm] – AmE;

– ирония: *Aphrodite* (некрасивая женщина) [Teachers’ Reports. Nicknames; <http://www.oldsalvatorians.org/teachers/tindex2.htm>]. Примечательно, что прозвища на основе иронии особенно популярны в британской лингвокультуре. Приведем еще один пример, содержащий ироничную аллюзию на одну из крупнейших мукомольных компаний Великобритании:

(1) In my own local pub, although I was normally known as “Stick” (a reference to my rather scrawny figure), the landlord went through a phase of calling me “Pillsbury” [3, с. 98] – BrE.

– паронимия: *Ears Apparent* (созвучие с официальным титулом принца Чарльза “Heir Apparent” [8, с. 67]), *Chinderella*, *Chinocchio* < “massive chin” [Humorous / Possibly Cruel Nicknames] – BrE; *Fromeo* <

прическа “afro” [The meaning of our names; <http://photography-on-the.net/forum/showthread.php?t=64774>] – AmE. Прозвища на основе паронимии более частотны в британской лингвокультуре.

Таблица 1.
Механизмы образования прозвищ на основе вторичной номинации

	Механизм	Британские прозвища (%)	Американские прозвища (%)
1.	метафора	27	31
2.	метонимия (в том числе синекдоха)	12	12,4
3.	антономазия	10	7,5
4.	метафора + метонимия	2,5	3
5.	ирония	1,7	1,8
6.	паронимазия	1	0,5

В группу внешне мотивированных прозвищ также входят компрессивные наименования, основанные на конвергенции признаков (2 %), что выражается в конвергенции механизмов их создания (главным образом, метафор):

(2) *Monkey* 1. A nickname that connotes blackness and ugliness [And Still I Rise; <http://hairoun.blogspot.com/2005/10/nicknames.html>] – BrE; 2. My son loves to climb over everything and loves to eat bananas all the time [What nickname(s) do you have for your baby/kid(s)?? http://www.cafemom.com/group/416/boards/read.php?post_id=2111645&next=91] – AmE.

Менее компрессивной разновидностью таких наименований являются составные прозвища, построенные на основе перифраза, в которых каждому из признаков соответствует своя номинативная единица:

(3) *Galloping Tapeworm*. C. Hurst, Maths. Tall and thin with a pronounced regional accent and a tendency to charge around the classroom

when incensed by student misbehaviour. He had a specially-made bat which he used to mete out discipline [Old Cambrian Society Staff Nicknames of the 1930s, '40s, '50s, and '60s; <http://www.oldcambrians.com/StaffNicknames1950s.html>] – BrE.

Устойчивость связи между компонентами перифрастического сочетания может повышаться за счет дополнительных экспрессивных средств, таких как аллитерация, консонанс, ассонанс, рифма, оксюморон:

(4) *The Clones Cyclone*. Barry McGuigan (b.1961), Northern Irish boxer, WBA featherweight champion 1985-86. He was brought up in Clones, County Monaghan, on the border between the Republic of Ireland and Northern Ireland [1, с. 36].

Также интересный случай экстралингвистической мотивации представляют собой генесионимические прозвища [9, с. 71–72], наследуемые или производные от прозвищ других людей, как правило, старших родственников или близких друзей:

(5) Eldrick “*Tiger*” Woods. This golf star is named after one of his father’s friends, who was a soldier in Vietnam [Origin of Athlete Nicknames; <http://www.factmonster.com/ipka/A0769826.html>] – AmE.

При этом национально-культурная маркированность присуща главным образом генесионимическим прозвищам, «унаследованным» от знаменитостей. В приводимом ниже примере приводится объяснение того, как известный американский певец Фрэнк Синатра получил прозвище *the Chairman of the Board*:

(6) After several flops on record, screen, and stage, both Columbia and MCA dropped Sinatra in 1952. Several loyal DJs continued to feature Sinatra’s music, including WNEW’s

William B. Williams. At one point, Williams mused on air that, since Benny Goodman was “King of Swing” and Duke Ellington was a duke, Sinatra needed an equally impressive title. He suggested “Chairman of the Board”. Sinatra heard of the citation and liked it immediately. The name stuck [Biography for Frank Sinatra; http://www.originaloldradio.com/biography_for_frank_sinatra.html].

Цель таких прозвищ – не только охарактеризовать, но и указать на связь между двумя носителями прозвища – первичным и вторичным. Этот вид мотивации А. А. Чернобров называет мотивирующим первичным носителем [13, с. 184]. В нашей картотеке он представлен наименьшим количеством примеров (0,5 %).

В силу образности номинации характеристические прозвища выступают в качестве основных наименований, фиксирующих культурно-обусловленные ассоциации и аллюзии. Приведенные примеры отражают признаки, основанные на национально-специфичных ассоциациях, типичных для менталитета представителей анализируемых лингвокультур, но не свойственных или периферийных для носителей русской лингвокультуры.

II. *Внутренне мотивированные прозвища* (в отечественной лингвистике названы отантропонимическими антропонимическими [6, с. 256; 8, с. 70], отантропонимными [10, с. 9]) составляют 19,4–23 % от общего количества. Основное свойство прозвищ этой группы – отсутствие сигнификативного значения, особенно ярко проявляющееся в асемантичных прозвищах, к которым в британской и американской лингвокультурах относятся:

а) гипокористики (сокращенные варианты личного имени и деминутивы):

Mike < Michael; *John, Johnny* < Jonathan; *Fred* < Frederick; *Pat, Patty* < Patricia; *Liz, Beth* < Elizabeth; *Peggie, Maggie* < Margaret, *Jeza* < Jeremy и т.д.;

б) сокращенный вариант или дериват фамилии: *Trev* < Trevelyan, *Wilkie* < Wilkinson, *Smitty* < Smith, *Jonesey* < Jones, *Gazza* < Gascoigne, *Becks* < Beckham, *Phelo* < Phelan, *Spenno* < Spencer, *Lo-lo* < Lois.

Усечение и прибавление суффиксов -у (-ie) – универсальные способы образования британских и американских прозвищ. Конечные буквы -s, -o, и буквосочетание -zza маркируют принадлежность прозвищ британской лингвокультуре;

в) аббревиация имени и фамилии (*J.F.K.*, *F.D.R.*), стяжение или сочетание усеченных наименований (*Chobbs(y)* < Chris Hobbs [Cool nicknames] – BrE; Florence *Flo Jo* Joyner [Origin of Athlete Nicknames; <http://www.factmonster.com/ipka/A0769826.html>] – AmE), обыгрывание одинаковых инициалов (*S-Squared* < S.S. [Huff A. What’s your nickname, and how’d you get it? <http://www.gapersblock.com/fuel/archives/nicknames/>] – AmE). Подобные асемантичные прозвища чаще отмечены нами среди американских наименований.

Приведенные выше примеры отражают наиболее продуктивные модели образования отантропонимических прозвищ, к которым относятся: усечение основы, суффиксация, аббревиация, редупликация, а также различные сочетания этих моделей. Национально-культурная специфика асемантичных прозвищ сводится к типичности той или иной словообразовательной модели для определенной англоязычной лингвокультуры, реализуясь только на уровне формы и не затрагивая смысловых ассоциаций.

По данным авторской картотеки, асемантичные прозвища составляют 33–45 %

среди отантропонимических прозвищ. Остальные 67–55 % – это прозвища, представляющие случаи истинной и ложной (народной) этимологизации собственных имен, в основе которой лежит стремление придать смысл немотивированным официальным наименованиям. Н.И. Толстой и С.М. Толстая подчеркивают, что наряду с онимизацией апеллятивов народная этимологизация собственно ономастической лексики является одним из способов семантизации и символизации имени как типичных свойств языка культуры [12, с. 598]. При отсутствии достаточного мотивирующего контекста употребление таких прозвищ может приводить к псевдохарактеристике именуемого.

Основным механизмом этимологизации является соотнесение собственного имени с апеллятивом на основе:

1) *этимологической общности* между прозвищем и фамилией, подчеркиваемой следующим образом:

– морфологическими трансформациями: *Beaver* < Beaverbrook [7, с. 29] – BrE, *Hawk* < Hawkins [Coleman Hawkins] – AmE;

– лексико-семантическими трансформациями на основе синонимии: *Timber* < Wood [6, с. xi] – BrE; *Topiary, Shrub* < Bush [Nicknames for George W. Bush; http://www.democraticunderground.com/discuss/duboard.php?az=view_oet&address=358x136];

– лексико-семантическими трансформациями на основе антонимии: *Blacky* < White [7, с. 36];

– лексико-семантическими трансформациями на основе гиперонимии и гипонимии: *Fish* < Jalon-Bream (ОИ) – BrE;

– лексико-семантическими трансформациями на основе ассоциаций метонимического характера: *Snip / Stitch* < Taylor, *Doughy* < Baker [5, с. xi] – BrE;

– лексико-семантическими трансформациями на основе тематической общности: *Supreme Court* < Justice [Chris Berman's nicknames; <http://www.funny2.com/berman.htm>] – AmE;

2) *созвучия* со значимым именем (нарицательным или собственным), порождающего ложную этимологию при помощи:

– морфологических трансформаций: *Cocky* < Cochrane [The Royal High School Club in London; <http://www.royalhigh.org.uk/rhsdaze.htm>] – BrE; *Corky* < Corcoran (ОИ) – AmE;

– аббревиации имени и фамилии: *Dad* < *Pah* < P.A.H., *Mad* < M.A.D. [Nicknames & Slang; <http://www.wcremembered.co.uk/nicknames.html>] – BrE; *Uncle Sam* < U.S. < Ulysses Simpson Grant [Microsoft Encarta Encyclopedia Premium. – 2006] – AmE;

– паронимии: *Dustbin* < Dustin (имя) [2, с. 31], *Hubbalicious* < Hubsville (фамилия) [Nicknames; <http://www.artifacting.com/blog/2003/07/10/nicknames/>] – AmE; *Jam and Bread* < James Brundell (имя и фамилия (ОИ)) – BrE;

– ассоциации имени или фамилии с прецедентным именем. Такие случаи можно назвать квазиаллюзиями, так как они основаны на квазикультурных ассоциациях, т.е. вторичных ассоциациях, основанных на созвучии языковых единиц [11, с. 64]: *Columbus* < Christine [4, с. 35], *Bilbo Baggins* < Billie [Teen. Hut. Your nicknames – good and bad; <http://www.teenhut.net/cafe/6603-your-nicknames-good-bad.html>] – BrE; *Ghost* < Dave Casper [List of North American football nicknames; http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_North_American_football_nicknames] – AmE.

По данным авторской картотеки, квазиаллюзии составляют 2,5–3,4 % от общего количества прозвищ. Дж. Морган,

К. О'Нил, Р. Харрэ, относят подобные случаи к внешне мотивированным, основанным на культурных стереотипах, упуская из вида лингвистическую природу стимула (имя) [4, с. 38; 40];

– ассоциации имени или фамилии с устойчивым словосочетанием или многосложным словом: *Sugar Cain* [5, с. xi] – BrE, *Crystal Clear* [Chris Berman's nicknames; <http://www.funny2.com/berman.htm>], *Chicken Fingers* [Chris Berman's nicknames; <http://www.funny2.com/berman.htm>] – AmE.

Перечисленные механизмы представляют собой приемы языковой игры, с помощью которой в прозвищах реализуется функция осмеяния. При этом случайные ассоциации с объектами и явлениями культуры наиболее вероятны среди этимологизированных прозвищ, образованных с помощью лексико-семантических трансформаций, паронимии, квазиаллюзий. Стремление придать смысл подобным прозвищам может привести к дополнению мотивирующих признаков прозвища внешними факторами, и тогда псевдохарактеристика превращается в истинную характеристику. Такие прозвища образуют третью мотивационную группу.

III. Группа прозвищ, в которых сочетаются *внутренняя (лингвистическая)* и *внешняя (экстралингвистическая)* мотивации (3,3–3,9 %). Участие в создании прозвища лингвистических и экстралингвистических факторов выражается в том, что формально они состоят из антропонимического (нехарактеризующего) и характеризующего компонентов.

Смешанное прозвище может представлять собой:

во-первых, дискретную единицу, состоящую из двух независимых друг от друга элементов, аббревиатуры антропонима

и характеризующего компонента, при этом последний чаще всего представляет собой прямую номинацию качества (*Big, Little*): *Lil' A, Big T*. Данная модель стандартна и, как правило, лишена национального колорита;

во-вторых, условно дискретную единицу, когда связь между компонентами формальная, подчеркиваемая созвучием на основе рифмы, аллитерации, паронимии, иронии, устойчивой сочетаемости. При этом антропонимический компонент может представлять собой трансформированное или нетрансформированное собственное имя, которое употребляется в составе прозвища как мотивирующий признак лингвистического характера:

(7) *Gregory Pick* < “Mr Gregory, an English teacher, who picked his nose an excessive amount” [Staff Nicknames; <http://ecsosa.org.uk/theschool/staff/nicknames.html>] – BrE;

(8) *Bitter Bierce* < Ambrose Bierce, “for his sarcastic, biting wit” [Top 10 Famous Disappearances. Ambrose Bierce; http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1846670_1846800_1846845,00.html] – AmE.

В приведенных примерах национально-культурная маркированность реализуется на уровне формы через случайную фонетическую ассоциацию с культурно-значимым объектом (имя известного актера, сорт пива). При этом в примере (7) смысловая связь между номинантом и первичным носителем схожего имени отсутствует. В то же время, пример (8) иллюстрирует сочетание в прозвище приемов паронимии, предполагающей фонетическое сходство наименований, и метафоры, подразумевающей смысловую общность между номинантом и первичным носителем

(горькое пиво – резкость, язвительность характера);

3) недискретную единицу, когда прозвище образовано на основе этимологизации собственного имени по описанным выше моделям и при этом характеризует объект. В данной группе прозвищ также вероятно появление культурно-маркированных наименований. Например, прозвище *Partymore* (ОИ) – BrE,

мотивированное фамилией *Patmore* и качествами номинанта, отсылает к такому типу в англо-американской молодежной культуре, как “party animal”, т. е. человек, любящий развлечения и часто посещающий вечеринки.

Приводимая ниже таблица 2 содержит процентное соотношение прозвищ разных мотивационных типов.

Таблица 2.

Соотношение прозвищ с разными типами мотивации

Мотивация	Подгруппа прозвищ	Брит. (%)	США (%)	
экстралингвистическая	характеристические	73,7	76,7	
лингвистическая	Нехарактеристические (отантропонимические)	асемантические	7,7	8,8
		этимологизированные	4,5	0,9
		этимологизированные (ложная этимология)	10,8	9,7
лингвистическая и экстралингвистическая	характеристические	3,3	3,9	

Таким образом, мотивирующие признаки современных прозвищ отражают основные исторически сложившиеся и относительно самостоятельные способы идентификации личности в обществе: имя, профессия, происхождение, характерные особенности внешности, характера, поведения и т. д. В результате прозвища образуют группы, которые могут быть противопоставлены по признаку «способность характеризовать объект», образуя оппозицию «характеристических» и «нехарактеристических» прозвищ.

Тип мотивации определяет лингвокультурологический потенциал прозвищ. В наибольшей степени

лингвокультурологический потенциал выражен в отапельлятивных образных прозвищах, характеризующих именуемого через соотнесение его с другими объектами, указывающих на стереотипы и эталоны воплощения некоего качества, отсылающих к актуальным фоновым знаниям, культурно специфичным ассоциациям.

При этом тенденция к характеристике проявляется не только в доминировании соответствующей группы прозвищ, но и в стремлении семантизировать собственное имя при превращении его в прозвище или в создании гибридных наименований по принципу «говорящих имен». В результате национально-культурная маркированность

отантропонимических этимологизированных прозвищ проявляется в поверхностной связи с культурно-значимым объектом на основе фонетических ассоциаций и этимологизации значения производящей единицы. В

отантропонимических прозвищах, образованных путем морфологических трансформаций, национально-культурная специфика выражена в наименьшей степени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Delahunty A.** Oxford Dictionary of Nicknames. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 229 p.
2. **Dunkling L. A.** First Names First. – London: J.M. Dent & Sons Ltd, 1977. – 285 p.
3. **Fox K.** Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. – London: Hodder & Stoughton, 2004. – 424 p.
4. **Morgan J., O'Neill Ch., Harre R.** Nicknames. Their Origins and Social Consequences. – London, Boston, and Henley: Routledge and Kegan Paul, 1979. – 153 p.
5. **Rees N.A., Noble V.** Who's Who of Nicknames. – London: George Allen & Unwind, 1985. – 194 p.
6. **Ермолович Д. И.** Имена собственные: теория и практика межъязыковой передачи. – М.: Р. Валент, 2005. – 416 с.
7. **Леонович О. А.** Краткий словарь английских прозвищ. – М.: Высшая школа, 2007. – 183 с.
8. **Никулина З. П.** Из наблюдений над группой прозвищ по внешнему признаку // Имя нарицательное и собственное: сборник научных трудов. – М., 1978. – С. 173–178.
9. **Никулина З. П.** К вопросу о классификации индивидуальных прозвищ // Вопросы лексики и грамматики русского языка: сборник статей. – Кемерово, 1974. – Вып. I. – С. 67–73.
10. **Рыбакин А. И.** Словарь английских фамилий. – М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2000. – 576 с.
11. **Слышкин Г. Г.** Лингвокультурные концепты и метаконцепты. – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.
12. **Толстой Н. И., Толстая С. М.** Имя в контексте народной культуры // Язык о языке: сборник статей. – М., 2000. – С. 597–622.
13. **Чернобров А. А.** Лингвокультурология: основа интегрального гуманитарного знания (язык – философия – логика – психология – культура). – Новосибирск: Издательство «Свиныйн и сыновья», 2006. – 332 с.

UDC 811.111 '374.8 + 391/395

MOTIVATIONAL TYPES OF NICKNAMES AND THEIR LINGUO-CULTURAL POTENTIAL (ON THE EXAMPLE OF ENGLISH NICKNAMES)

A. V. Tsepkova (Novosibirsk, Russia)

The present paper considers motivation as the basis of national and cultural marking of nicknames. Hence the article is aimed at analyzing the main motivational patterns of nicknaming in British and American societies from the point of view of nomination mechanism as well as their linguo-cultural potential. The types of internal and external motivation distinguished in onomastic studies presuppose opposition of descriptive and non-descriptive (antroponymic) nicknames. The division is based on characterizing potential of nicknames. Characterising potential viewed as the ability to reflect the properties of a name-bearer determines linguo-cultural potential of a name, i.e. the ability to reflect objects or phenomena of culture. The results of our analysis show that national and cultural specificity is typical of descriptive nicknames, especially those representing the case of secondary nomination (Ginger < red hair). Descriptive nicknames reflect culture directly, by connecting or comparing the properties of objects. Non-descriptive nicknames lack linguo-cultural potential on the motivational level with the exception of those created by means of proper or false (folk) etymologization of a proper name (Casper < surname Ghost). Such nicknames reflect culture indirectly, as the coincidence of a nickname with the name of some realia is accidental and based on phonetic similarities between the names of objects rather than similarities of their properties.

Key words: *nickname, antroponym, motivation, nomination, linguo-cultural potential, linguoculture, etymologization, characterization.*

Tsepkova Anna Vasilyevna – the associate professor of English language faculty, Novosibirsk State Pedagogical University

E-mail: a_tsepkova@mail.ru