Марина Божко,
магістрантка ІІ курсу
факультету іноземних мов
Уманського державного педагогічного
університету імені Павла Тичини
Мейліс Гурбанназаров,
студент IV курсу
факультету іноземних мов
Уманського державного педагогічного
університету імені Павла Тичини

ФУНКЦІОНУВАННЯ ОСОБИСТОГО ІМЕНІ В КОНТЕКСТІ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ)

Розгляд питання функціонування особистого імені в масовій культурі з необхідністю передбачає звернення до поняття «масова культура» в житті суспільства. Сучасна наука інтерпретує масову культуру як «вид культури сучасного індустріального суспільства, який характеризується виробництвом культурних цінностей, розрахованих на масове споживання і поширення засобами масової інформації», а також «характеризується орієнтацією на усереднений масовий смак, стандартизацією форми, змісту, розрахунком на комерційний успіх» [1, с. 152–153]. Масова культура ХХ століття створює свої знакові імена, які зберігаються в колективній пам’яті: імена не зникають повністю, а зберігаються як знаки часу і культури. Створюються спеціальні довідники і словники, в яких фіксуються такі імена-символи, імена-знаки свого часу. Для нашого дослідження була залучена робота Чарльза Панаті (Charles Panati. Panati’s Parade of Fads, Follies, and Manias. The Origin of Our Most Cherished Ob sessions. New York, 1991). В ній звернено особливу увагу на формування ідолів і кумирів, які виходять на перший план на тлі масової культури. Перевагою цього видання є те, що воно кожні десять років дає нам зміну цих кумирів та ідолів і, відповідно, цих знакових імен на прикладі американського суспільства.

Проаналізований матеріал книги показав, що імена входять у колективну пам’ять, у масову свідомість через різні сфери життя суспільства, через різні напрямки і прояви сучасної масової культури.

Основні події в соціальному розвитку залишають певний слід у мові, і в цьому плані військова сфера відіграє чималу роль. Як перша, так і друга світові війни дали досить велику кількість знакових імен, семантика яких розширилася, і в результаті чого вони фразеологізувались. Так, військова

лексика періоду першої світової війни потрапляла в Сполучені Штати Америки, головним чином, з Великобританії через газети і журнали; якась її частина вже забута, а якась продовжує вживатися до тепер, іноді вже в іншому значенні. Наприклад, у той час дуже популярним був вислів *Big Bertha* – назва німецької гармати великого калібру, названої на честь дружини одного з найбільших виробників зброї Круппа фон Болена; в сучасній англійській мові *Big Bertha* («Велика Берта») відноситься до сленгу зі значенням «повна жінка, товстуха».

Під час другої світової війни в побут увійшло слово *GI Joe* (GI – скорочення від Government Issue – «казенного, військового зразка»), яким в США стали називати будь-якого військовослужбовця рядового складу – солдата. Ім'я *GI Joe* вживається метафорично, ставши свого роду знаком американця того періоду часу. В британців англійського солдата називають *Tommy Atkins* (Tommy – зменшувально-пестлива форма від Thomas, у військовому статуті солдат умовно іменували Thomas Atkins). Чарльз Панаті в своїй книзі відзначав, що ім'я *GI Joe* виникло подібно «дядькові (дядечкові) Сему» (*Uncle Sam*) – прізвисько уряду Сполучених Штатів Америки, іноді всієї країни. *Uncle Sam* є жартівливою розшифровкою букв US. Ця форма з'явилася під час англо-американської війни 1812–1814 рр. як ім'я пакувальника м'ясних продуктів Сема Вілсона (Sam Wilson), що ставив на тюках і ящиках клеймо US. Скорочення GI, теж як штамп, ставилося на будь-якому казенному виробі, від солдатської білизни до машин. Потім до нього додали особисте ім'я Joe, яке є дуже поширеним і популярним. Крім цього, на той час Joe вже достатньо широко зустрічалося в різних усталених виразах. Підтвердженням цьому є наступні фразеологізми: *Holy Joe* (1. «святий Джо – прізвисько священика; 2. «святий Джо» – святоша, ханжа); *Joe Bloggs* / *Joe Doakes* / *Joe Bloe* (пересічна, звичайна людина, ординарний американець); *not for Joe* (жодним чином, ні за що, ні в якому разі). Ще одне прізвисько, вже для жінки-військовослужбовця рядового складу – *GI Jane* стало також популярним [1, с. 202–203].

Друга світова війна дала ще одне знакове ім'я – *Rosie the Riveter* (Роузі Клепальниця): так називали будь-яку працюючу жінку в роки війни. Існують дві версії походження цього імені: одна – завдяки відомій патріотичній пісні «Rosie the Riveter», інша полягає в тому, що якась відмінниця виробництва, Rosie Bonavita, разом зі своєю напарницею вставила рекордну кількість заклепок в крило літака [1, с. 203–204]. Таким чином, вибирається ім'я-символ для учасника бойових дій *GI Joe* і паралельно для працівниці тилу – жінки-ударниці *Rosie the Riveter*, які можуть розглядатися в парі один з одним. Після закінчення війни *GI Joe* «заводить родину», і на нього вже починають посилатися, як на сімейну людину [1, с. 254]. Ці імена-знаки існують незалежно від реального життя,

вони стають елементами нашої свідомості, нашого сприйняття часу. Разом з тим, вони живуть своїм життям, з'являючись як герої коміксів і фільмів, в піснях, в шоу, в наочній агітації, тобто вони дійсно стають елементами масової культури. Пізніше, щоб *GI Joe* «не помер», не був забутий, в 1960-х рр. американці вирішили його оживити і надати йому матеріалізованої форми у вигляді дитячої іграшки, тобто вони оживили цей концепт масової культури через його матеріалізацію.

З одного боку, була частина культури, пов'язана з військовим часом, а з іншого – пов'язана з життям солдата після бою, в повоєнний час. З'являється так звана *pin-up girl* – «гарненька дівчина з обкладинок і розворотів журналів», *dumb Dora* – гарненьке, але дурне дівчисько, дурненька. Взагалі, *dumb Dora* з'являється ще в довоєнний час, в 30-і рр., коли стали організовувати перші конкурси краси, і всіх учасниць називали саме так, роблячи акцент на тому, що вони були лише зовні дуже привабливими, не відрізняючись великими розумовими здібностями.

В повоєнний час виникає інша атмосфера, *Gl Joe* вже не військовий, він живе іншим, мирним красивим життям, для нього самого вже є інші герої, створюються нові міфи.

Ще одним напрямком масової культури є політичні лідери та їх сприйняття в суспільстві. Прикладом цього може служити 26-й президент США Теодор (Тедді) Рузвельт (Theodor / Teddy / Roosevelt, 1858–1919). Симпатії населення виражаються в тому, що ім'я президента стає знаком ставлення до нього виборців і створюється певний образ цієї людини. В цьому випадку гіпокористична форма його імені (Theodor > Teddy) використовується для назви іграшкового ведмедика – *Teddy bear*. «Teddy bear mania» накрила США на початку XX століття. В листопаді 1902 р. президент Теодор Рузвельт відвідав штат Місісіпі для проведення перемовин щодо врегулювання прикордонного конфлікту з сусіднім штатом Луїзіана. Скориставшись вільним від офіційних справ часом, він взяв участь у ведмежому полюванні, під час якого відмовився стріляти в безпорадне ведмежа. Це було помічено відомим американським карикатуристом Кліффордом Берріменом (Clifford Berryman), який зобразив те, що трапилося в вигляді карикатури і опублікував у своїй газеті «Washington Star». Пізніше цей матеріал був передрукований нью-йоркськими журналами. На нього не звернули особливої уваги, за винятком власника магазину іграшок з Бруклен Морріса Мічтона (Morris Michton). Вони з дружиною зробили оксамитового ведмедика і виставили його в вітрині свого магазину з копією карикатури Беррімена і вивіскою «Teddy Bear». Це ведмежа було дуже швидко продане, і незабаром *Teddy bear* став однією з найвідоміших дитячих іграшок в Америці [1, с. 54–55]. Отже, ім'я реальної людини Teddy співвідносять із дуже популярною іграшкою, тобто з артефактом, а на артефакт, в свою чергу, переноситься

ім’я, яке потім тиражується. Особисте ім’я як знак закріплюється за певною сферою життя в результаті його метафоричного переносу. Слід також зазначити, що 16-й президент США Ейбрахам Лінкольн (Abraham Lincoln, 1809–1865), який утілює чесність і цілісність особистості, а також цивільні ідеали американського народу, теж користувався великою симпатією у громадян своєї країни. І його ім’я також залишилося в колективній пам’яті, зафіксоване в стійкому виразі *Honest* (або *Old*) *Abe* – «чесний Ейб або старина Ейб» з використанням гіпокористичної форми (Abraham > Abe).

На прикладі Теодора Рузвельта добре видно, як ім’я реальної людини отримує продовження свого життя через якийсь матеріальний предмет, у цьому випадку через дитячу іграшку. А іноді ім’я реальної людини продовжує своє життя в колективній пам’яті через свій стиль, манеру триматися, одягатися тощо, тим самим воно стає знаком громадської поведінки. В цьому відношенні показовим є приклад з Жаклін Кеннеді (Jacqueline / Jackie / Kennedy Anassis, 1929–1994), досить впливовою дружиною 35-го президента США Джона Фіцджеральда Кеннеді (John Fitzgerald Kennedy, 1917–1963). В колективній пам’яті залишилося все те, що було піддано наслідуванню прихильницями Жаклін Кеннеді, і, відповідно, виникли такі висловлювання, пов’язані з її ім’ям – *Jackie smile, Jackie hair style, Jackie hat* і т.д.

Разом із тим існує особливий тип субкультури, «який відкидає цінності і норми пануючої у певному суспільстві культури і відстоює свою альтернативну культуру» [1, с. 140], стаючи своєрідною контркультурою. Її яскравими представниками були бітники (beatniks). У цьому випадку цікаво відзначити, що імена, які з ними асоціюються, все-таки не стають знаковими. Знаком стає саме слово «бітники», і, кажучи вже про них, передбачається, що ви знаєте хоча б двох найвідоміших представників цієї субкультури – письменника Джека Керуака (Jack Kerouac) і поета Аллена Гінзберга (Allen Ginsberg). В той час, як наприклад, в сфері пісенної творчості, якщо ми вживаємо тільки особисте ім’я Elvis, то нам відразу ж стає зрозуміло, що його прізвище Presly, що це «король» рок-н-ролу, кумир молоді 1950-х рр., стає зрозумілим також стиль його виконання, зміст пісень, навіть якість голосу і т.д., тобто ім’я дає нам дуже глибоку інформацію. Говорячи Elvis або Presly, в нас кожен раз буде виникати набір ознак, концепт про носіїв одного з цих імен – ім’я і образ тут співвідносяться дуже добре.

Індустрія так званої «субкультури дитинства» займає одне з провідних місць у масовій культурі. Імена в ній досить широко використовуються, тиражуються, передаються з покоління в покоління, залишаються в колективній пам’яті, тобто в масову культуру, в масову свідомість також втягуються самі діти. Для формування дитячої картини

світу і дитячого світосприйняття через масову культуру створюється і підтримується одна і та ж ідея, принаймні для дівчаток – приємна, симпатична, миловидна, добре одягнена дівчинка-лялечка. Оскільки суспільне життя дозволяє експлуатувати такі дитячі якості, то вдало знаходяться відповідні форми підтримки цього міфу і способу через ім'я. Всьому цьому в 1930-х рр. XX століття в американському суспільстві поклала початок маленька чарівна дівчинка Ширлі Темпл (Shirley Temple, справжнє ім'я Shirley Temple Black, 1928 р.). Вона почала зніматися в кіно в віці трьох років і відразу ж підкорила Америку періоду Великої депресії. В 1934–1939 рр. вона була однією з самих касових зірок Голівуду, знявшись у великій кількості мелодрам, комедій і мюзиклів. У цей час в країні почалася *Shirley Temple mania*: в продажу з'явилися найрізноманітніші товари з її ім'ям – *Shirley Temple polka dot dresses, hair ribbons, hats, underwear, shoes, boots, soap, tableware and mostly dolls* [1, с. 161]. Ім'я реальної людини стає ім'ям ляльки – *Shirley Temple doll*. Пізніше, в кінці 1950-х рр., ця лялька оновлюється і отримує нову підтримку в масовій свідомості – на ринок виходить *Barbie doll*, названа на честь дочки її автора Рут Хендлер (Ruth Handler). Це майже одна і та ж лялька, одне і те ж тиражування подібного способу, стилю, поведінки. В свою чергу, на початку 1960-х рр. Стенлі Уестн (Stanley Weston) створює ляльку-солдата *GI Joe*, свого роду заміну популярної ляльки Барбі для хлопчиків. *GI Joe doll* – це вже матеріалізація того *GI Joe*, котрий був такий знаменитий у роки другої світової війни. В цій ляльці підтримується культивований на той час образ, властивий для хлопчиків, юнаків та чоловіків – образ сили, мужності, сміливості і стійкості.

Ще одним проявом масової культури є індустрія дозвілля, що включає масову художню літературу, розважальні жанри кіно, естрадну, рок- і поп-музику, різноманітні шоу тощо. Як у цьому напрямку масової культури, так і в інших створюються певні психологічні стереотипи. Так, у масовій свідомості залишається ідея різних видів краси, що спостерігається і в масовій культурі. З одного боку, є Мерилін Монро (Marilyn Monroe, 1926–1962) – одна з найромантичніших і привабливих «легенд» Голлівуду. Вона була найпопулярнішою актрисою в 1950-х рр., будучи втіленням «розкішної жінки». Її зовнішні дані вміло експлуатувалися, в результаті чого вона перетворилася в секс-символ свого часу, в живе втілення «американської мрії». Це один тип краси – обов'язково блондинка, красиві форми тіла, таке собі лялькове створіння. А з іншого боку, є жінка-вамп, що має екстравагантні манери, неприборканий характер, зухвалу поведінку і відповідний цьому спосіб життя. Прикладом може слугувати сучасна естрадна співачка і кіноактриса Мадонна (Madonna Louise Ciccone, нар. 1958), що стала теж секс-символом Америки в 1980-х рр. з'явився стійкий вираз *Madonna mimics* [1, с. 432]. Не тільки в

США, але і в інших країнах стали з'являтися дівчата-фанатки в образі Мадонни з густо нафарбованими губами, яскраво підведеними очима, пасмами «злиплого» мокрого волосся, в облягаючому одязі. Таким чином, імена цих і подібних кумирів масової культури – «лялечок» і «вамп», залишаються в масовій свідомості і, відповідно, зберігають всі ознаки людини і образу, які стоять за ними. Отже, наприклад, ім'я Мадонна асоціюється з певним типом поведінки і зовнішнього виду. Але існує й інша Мадонна – «Сикстинська Мадонна», картина італійського живописця епохи Відродження Рафаеля Санті (1483–1520), що зображає богоматір з немовлям, святою Варварою і святим Сикстом. Якщо рафаелівська Мадонна – це не ім'я, а богоматір, діва Марія, то сучасна Мадонна – це ім'я, яке має зовсім інші асоціації і суть. Цей матеріал є прикладом того, як у масовій свідомості, колективній пам'яті відбувається підміна однієї Мадонни на іншу, тобто одного концепту на інший, що дуже характерно для сфери масової культури.

Ілюстраціями знаковості імені на рівні індустрії дозвілля можуть також служити такі її представники, як Лайза Міннеллі і Майкл Джексон. Лайза Міннеллі (Liza Minnelli, нар. 1946) – співачка і кіноактиса мюзиклу. Вона є прикладом злиття особистого і родинного імен в єдине ціле в масовій свідомості: в цьому випадку не можна відокремити ім'я Liza від прізвища Minnelli, це завжди Liza Minnelli. Точно так, якщо ми скажемо Eliza, то відразу ж в пам'яті виникає їй в пару прізвище Doolittle і т. ін. Майкл Джексон (Michael Jackson, нар. 1958) – естрадний співак, з ім'ям якого пов'язане висловлювання *Michael Jackson glove* – блискуча біла рукавичка на правій руці, своєрідна «візитна картка» М. Джексона, стала об'єктом наслідування тисячами підлітків у багатьох країнах світу [79, с. 432].

Знаковими іменами можуть ставати також герої популярних кінофільмів, наприклад, *Indy* (Indiana Jones) і *Rocky* (Rocky Balboa). Індіана Джонс (*Інді*) – головний герой серії фільмів режисерів Стівена Спілберга (Steven Spielberg) і Джорджа Лукаса (George Lucas), скромний викладач в жіночому коледжі, став невтомним дослідником і учасником неймовірних пригод, його ім'я стало відомим. Роккі Бальбоа – герой серіалу, простий хлопчина з італійського району Філадельфії, всеперемагаючий боксер, який добивається реалізації своєї «американської мрії». Зіграв його Сільвестр Сталлоне (Sylvester Stallone). Ім'я Rocky стало символом надмужньої людини, прізвиськом тих, хто займається культуризмом. Образ цього кіногероя настільки полюбився американцями, що за маршрутом його тренувальних пробіжок в Філадельфії водять туристів, а перед музеєм мистецтв встановлено пам'ятник Роккі Бальбоа.

Проаналізовані контексти соціального функціонування особистого імені показують, що є імена, реально існуючі в житті і побуті, є

індивідуально-авторські імена та, відповідно, їх індивідуально-авторське вживання і сприйняття або в системі імен персонажів художнього твору, або в епістолярному тексті, а є імена, що фіксуються і відображаються в колективній пам'яті, масовому сприйнятті і, отже, використовувані в масовій культурі, в яку вони впроваджуються і потім тиражуються.

Список використаних джерел

1. Системы личных имен у народов мира / отв. ред. М. В. Крюков. М.: Наука, 1986. 382 с.
2. Шипко М. Специфіка антропоніма як одиниці номінації в англійській мові. *Південний архів.* Сер.: Філологічні науки. 2009. Вип. 46. С. 116–120.
3. Panati Ch. Panati's Parade of Fads, Follies, and Manias. The Origin of Our Most Cherished Obsessions. New York: Harper Perennial, 1991. 492 p.