

Т. В. ШМЕЛЕВА

*(Новгородский государственный университет
имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия)*

УДК 811.161.1'42

ББК Ш141.12-51

ОТЧЕСТВО ПОД ЗНАКОМ КРЕАТИВНОСТИ

Аннотация. В статье охарактеризовано использование отчества «не на своем месте», при этом выделено три таких сферы – характеристика и оценка человека, номинация городских заведений и товаров. В первой сфере рассмотрены отчества-прозвища (Баяныч, Кошмаровна), индивидуальные и типажные характеристики (Закадрович, Обкомыч), а также тавтологическая конструкция (актер актерыч, паштет паштетыч). В городской среде культивируются реальные отчества (Иваныч, У Андреича), литературные (Змей Горыныч) и искусственные (Мака-Роллыч, Шавермыч). В наименованиях товаров используются реальные (Степановна) и искусственные отчества (Сдобыч, Квасыч). Говорящие отчества в современной городской среде используются наряду с другими антропонимами – именами и фамилиями, формируя особый ресурс городского ономастикона – антропонимию. Показано, что креативность современных языковых практики опирается на опыт фольклора (Потапыч) и классической литературы (Сахар Медович). Сделан вывод о том, что отчество, помимо своего основного антропонимического значения, обладает рядом коннотаций, реализующихся в городских наименованиях (семейственность, неофициальность, покровительство). В основном креативное использование отчества основано на преодолении невозможного, отчего возникают в том числе и комические эффекты (от улыбки до сарказма).

Ключевые слова: русский язык, отчество, креатив, прозвища, городские вывески, заведения еды, заведения торговли, нейминг

Казалось бы, отчество и креативность – «две вещи несовместные». Ведь оно – часть официального наименования человека, фигурирует в документах. Интересна история отчеств, но к современной речи это не имеет прямого отношения. В современной медийной и политической практике сложилась традиция именовать людей без отчества, о чем не перестают сокрушаться, видя в этом вестернизацию нашего речевого этикета. [Шмелева 2013: 29—32; Грачев 2008; Чернейко 2014; Ковалев 2016].

Между тем наблюдения показывают, что в современной языковой практике обнаруживаются креативные подходы к отчеству, в основе чего лежит принцип перенесения его в нехарактерные для этой формы пространства. При этом следует различать случаи перенесения собственно отчества как готовой формы и его техники, которая применяется к неантропонимической лексике. Стоит подчеркнуть, что креативное отношение к отчеству имеет в русской культуре собственную историю, хотя, как предполагается показать в этой работе, активизировалось оно в последнее время.

Об истории перенесения отчества за пределы антропонимии говорят хорошо известные факты народной культуры. Так, сказочные персонажи именовались по отчеству: медведь *Потапыч*, лиса *Патрикеевна*. Отчествами наделяли и географические объекты – *Дон Иванович*, *Дунай Иванович*. Эти факты объясняются стилистикой олицетворения: персонажи природного и животного миров персонифицируются, воспринимаются как люди и, естественно, получают человеческое наименование, в том числе отчество. Хотя некоторые отчества лишь отчасти напоминают человеческие (*Котофей Котофееч*, *Змей Горыныч*), само их наличие «работает» на олицетворение.

Традицию подхватывает и русская литература, развивая креативный потенциал отчества образованием его не от антропонимов, а от апеллятивной лексики, что, казалось бы, противоречит его природе. Так, продолжая сказочную традицию и все же ее модифицируя, величает по отчеству героев своих сказок, написанных в 1894–1896 гг. и опубликованных в сборнике «Аленушкины сказки», Д. Н. Мамин-Сибиряк: среди его сказочных персонажей есть *Комар Комарович*, *Ери Еришович* и *Воробей Воробееч*, причем последние – в одной сказке, что как бы уравнивает их в правах.

В литературном языке «неантропонимическое» отчество включается в средства характеристики человека. Так, в словаре [Федоров 2008] отмечена идиома Сахар Медович, иллюстрированная примерами из писем А. С. Грибоедова (*Ферзь тоже разочарована насчёт своего Сахара Медовича*. Письмо П. П. Катенину, 1825) и литературных произведений С. Т. Аксакова (*Так и быть, напишу, что беру на себя всё управление име-*

нием, чтобы пугнуть твоего сахара-медовича) и М. Е. Салтыкова-Щедрина (*Пора бы и тебе, сахар-медович, понять, что знакомство твоё – не ахти благостыня какая!*). Кроме того, в Национальном корпусе русского языка фиксируется использование этой идиомы И. С. Тургеневым, А. В. Амфитеатовым, П. И. Мельниковым-Печерским и др.

Нельзя сказать, что сегодня эта идиома популярна, но можно найти примеры с ней в медиатекстах: *Директором работал такой говорливый умник и зануда – Сахар Медович* (Е. Пищикова. // Русская Жизнь, 2008); *Такое, конечно, бывает, когда умильный Сахар Медович вдруг преображается и, страшно скрежеща зубами, начинает обвинять вчерашний объект умильных похвал во всех смертных грехах* (М. Соколов // Известия, 2012).

Итак, приведены весьма немногочисленные факты креативного обращения с отчеством в фольклоре и литературном языке. Они выявляют два вектора такого использования: перенос антропонимного отчества в сферы природы и животных, с одной стороны; и, – с другой, образование неантропонимического отчества для характеристики человека.

Современная языковая практика предоставляет многочисленные факты реализации обоих векторов. При этом выявляются три сферы применения отчеств – обозначений человека, номинаций городских заведений и товаров. Рассмотрим их подробнее.

В первой сфере креативного использования отчества – обозначения характеристик человека – явно выделяется два случая: онимический и неонимический.

В первом из этих случаев отчество выступает в роли прозвища. Этот феномен хорошо иллюстрирует фрагмент из [Синдаловский 2017]: *«Всем памятен голос актера Ефима Захаровича Копеляна в телесериале «Семнадцать мгновений весны». Именно тогда у него появилось новое, народное имя, которое, надо полагать, навсегда сохранится в арсенале петербургского городского фольклора, – Ефим Закадрович»*. Это «новое, народное имя» и есть прозвище. Интересно, что однокоренное отчество фигурирует и в известной миниатюре Ширвиндта и Державина «Самый неснимаемый актер Закадр Внекадрович Нетронутый». Если в первом случае можно говорить о паронимической ат-

тракции захар /закадр, то во втором – это исключительно смысловое сближение – образование отчества от выражения «оставаться за кадром». Этот факт относится скорее к литературному творчеству, но их смысловая близость очевидна.

Возвращаясь к реальным прозвищам-отчествам, можно сказать, что это «типовой проект», в чем позволяет убедиться [Вальтер, Мокиенко 2007]: в словаре зафиксировано более 80 таких прозвищ: *Бакенбардыч, Баяныч, Гальванидыч, Кефирыч, Коленвалыч, Лепестроныч, Океаныч, Кошмаровна, Менделеевна, Векторовна, Витаминовна, Экономиина*. Чаще всего это школьные прозвища учителей (и учительниц), образуемые от названий неких реалий, связанных либо с предметом преподавания, либо с реальными именами (паронимическая аттракция опять же). Учитывая, что среди прозвищ оказываются и классические отчества – *Максимыч, Петрович* и др., – можно сказать, что они аккумулируют отчества разного типа.

На фоне этих типовых прозвищ привлекает креативностью «произведение» фанатов «Спартака», которые прозвали владельца клуба Леонида Федун *Нольтрофеич* – за безрезультатную игру команды (ноль трофеев). Удивительно, что оно отсылает к его реальному отчеству *Арнольдович*, то есть «ноль» был замечен, а уже трофеи прибавлены. Когда «Спартак» стал чемпионом России, Федун послал всем поздравление, подписавшись «Теперь уже не Нольтрофеич», что тут же процитировали медиа, например, Газета.ру (8.05.2017).

Итак, прозвищные отчества апеллируют к ониму человека или его занятиям, но так или иначе они становятся «говорящими отчествами», как «говорящие фамилии» в литературе классицизма.

Неонимическое использование отчества для характеристики человека встречается довольно редко, но можно привести высказывание М. Соколова: *Достаточно было спросить бывшего обкомыча (и даже райкомыча), многие из которых еще живы и находятся в здравом рассудке* (УМ+. 14.12.2017). Понятно, что здесь речь идет не о конкретном человеке, как в случае с прозвищем, а о типаже партработника, это скорее социальная характеристика.

Характеристику и оценку человека обозначает особая тавто-

логическая конструкция, в которой оцениваемое лицо называется существительным, от которого образуется и отчество, размещаемое рядом. Ее можно наблюдать в речи журналиста А. Константинова в программе «Итоги недели» на «Фонтанке.ру»: *негодяй негодяевич, олигарх олигархович, либерал либералович*. В Левенталь, оценивая одного писателя, мимоходом формулирует оценку другого: *любая из последних книг Леонова ... всё равно интереснее и важнее, чем полное собрание сочинений писателя Иличевского – стилиста стилистыча* (Бумага.ру. 31.05.2017). Новгородский поэт И. А. Таяновский говорил о некоторых коллегах *«поэт поэтыч»* (информация от И. И. Таяновской). Все эти выражения воспринимаются как обозначения отрицательной оценки. Но сделать вывод о том, что это негативно-оценочная конструкция было бы опрометчиво.

В ее амбивалентности убеждают два случая использования выражения *актёр актёрыч*. Первый – это статья Д. Бавильского под заголовком «АКТЕР АКТЕРЫЧ», посвященная 70-летию О. Табакова (Взгляд. 16.08.2005); здесь конструкция с отчеством понимается как похвала = актер в высшей степени. А во фразе из статьи Анд. Архангельского *«Ужас нашей актерской школы в том, что наши актеры чрезвычайны эмоциональны. То, что раньше называли «актер актерыч» – когда слишком кривляется»* (Огонек. 26.12.2016) оценочность явно негативная, и выражена эксплицитно – словом *слишком*, да и *кривляется* – не похвала.

Интересно, что эта конструкция используется и для оценки неодушевленных существей. Так, М. Л. Гаспаров, ссылаясь на художника Серова, который свои рядовые работы называл *«Портрет Портретыч»*, приводит другие – собственные – примеры – *Доклад Докладыч, Статья Статынишина*. А перед ними ставит слово *Инерция* [Гаспаров 1997], подсказывая, что конструкции говорит о «конвейерности» произведений, отсутствии в них творческого начала, оригинальности. Зато во фразе из гастрономического дискурса *«...без жареного лучка, оттененного луком сырым, без зелени и капельки хорошего майонеза Пашетт Пашеттыч в люди выпущен не будет»* (Д. Рубина // Лента.ру. 26.03.2017) – это высшая оценка.

Итак, в репертуаре креативного использования отчества

можно отметить тавтологическую конструкцию с амбивалентной оценочностью, которая в реальном контексте проявляется то со знаком плюс, то со знаком минус. Сопоставляя ее с идиомой Сахар Медович, можно сказать, что они обе построены на тавтологичности, но идиома – на смысловой тавтологии, а приведенные выше – словесной, и повтор лексемы дает эффект или качества в высшей степени, или повторяемости, а отсюда неоригинальности. Стоит обратить внимание, что в этой конструкции используется и предметная лексика (паштет, статья, портрет), статусная (актер) и квалифицирующая (негодяй), которая конкретизирует оценку: если актер может быть плохим и хорошим, то оценка негодяя однозначна.

Вторая сфера креативного использования отчества – городская среда, где используется и готовые отчества, и образуются неантропонимические отчества.

Во многих городах можно найти «заведения еды», название которых составляют отчества, как правило, мужские: «Иваныч» (трактир в Тюмени и кафе в Красноярске), «Ефимыч» (бар в Иркутске); «Максимыч» (ресторан в Тюмени). Не менее распространены названия, в которых отчество стоит в форме родительного падежа с предлогом У, что создает эффект присутствия в гостях у того, чье отчество красуется на вывеске: «У Палыча» (сеть кондитерских); «У Василича», «У Филиппыча», «У Михалыча» (кафе в Череповце и Петербурге), «У Григорича», «У Фомича», (рестораны в Новосибирске), «У Тимофеича» (трактир в Москве); столовые – «У Андреича» (Новосибирск) и «У Михалыча» (Екатеринбург). Стоит обратить внимание на то, что на таких вывесках используется неофициальная форма отчеств, которая характерна для дружеского общения, тем самым создает эффект неофициальности: так позиционируют себя места, куда можно зайти запросто, без церемоний.

Реже на таких вывесках можно встретить женские отчества, как названия кафе «Ярославна» в Великом Новгороде или столовой в Омске «У Борисовны». Еще реже – литературные отчества, как «Змей Горыныч» (кафе во Владивостоке).

Специально созданных отчеств меньше, но они весьма выразительны: рестобар «Гураныч» в Чите (гураны – так называют забайкальских русских, часто породнившихся с бурятами и дру-

гими сибирскими народами); в Тюмени кафе «Шашлыкович» и ресторан доставки «МакаРоллыч», «киоск по продаже фастфудной продукции» Шавермыч в Оренбурге. В последних гастрономических номинациях форманты отчества соединяются с названиями популярных блюд, а само оно становится говорящим названием заведения. Чемпионом в этом виде наименований, видимо, надо признать белгородское кафе «Пиваныч & Шавермыч»: в его названии соединены два отчества! Такие названия не похожи на реальные отчества, и их эффект – в креативности, которая располагает к приятной обстановке и общению с оригинальными людьми.

Кроме заведений еды, отчества используют в наименовании торговых заведений: петербургской компании, торгующей строительными материалами «Петрович» (со слоганом «Петрович везет!»); магазин ковров в Москве «Старик Хоттабыч», псковская ветеринарная клиника «Котофеич», московская сеть магазинов канцелярских товаров «Кнопыч». Особенно стоит отметить вывеску мебельного магазина в Великом Новгороде «Алла Дивановна», которая перекликается с пермским «КАФЕ ДИВАНЫЧ» (в другом написании – *café d'Иваныч*), но по-разному реализует семантику дивана: в кафе на диване можно посидеть, а в мебельном магазине – его купить. И здесь мы видим использование и реальных отчеств, и литературных, и специально образованных, которые оказываются «говорящими» – сообщающими о своем заведении [Шмелева 2017].

Третьей сферой использования отчеств оказывается именование товаров (нейминг). Квас «Квасыч», смесь репчатого лука и моркови «Приправыч», зеленый горошек «Бобович», печенье «Сдобыч», «пельмешки без спешки «Сам Самыч», сироп от кашля «Сиропыч» – все они призваны вызывать в сознания покупателя/потребителя образ свойского старичка, ну или пожилого мужчины (часто изображаемого на упаковке). И только семечки, которые обычно покупают у бабушек, названы «Степановна», а упаковка украшена изображением симпатичной бабушки в платочке. В наименованиях товаров не встретилось литературных отчеств, может быть, пока.

Итак, в том, что отчество может существовать под знаком креатива, как представляется, могут убедить факты фольклора,

классической литературы и современных языковых практик в сферах прозвищ и характеристик человека, номинаций городских заведений еды и торговли, а также нейминга товаров, чаще всего гастрономических. Это говорит о том, что отчество обладает, помимо своего антропонимического значения, коннотациями семейственности, покровительства, на основе которых и осуществляется номинация городских заведений и товаров. Наряду с этим при соединении его формантов с неантропонимическими корнями возникает контраст, на основе которого создаются комические эффекты – от доброй улыбки (Сдобыч) до сарказма (Нольтрофеич). Креативность в обращении с отчествами и состоит в обыгрывании таких контрастов. К таким случаям можно отнести «величание» по отчеству зарубежных политических деятелей, у которых в принципе его нет и не может быть: так, М. Соколов имеет обыкновение писать «Барак Хусейнович Обама»; А. Константинов в своей передаче «Итоги недели» любит выражаться в таком духе «Тереза Ивановна Мэй сказала Дональду Сергеевичу Трампу», не скрывая своей иронии по отношению к политикам. Так отчество само по себе может быть средством иронии, создавать комический эффект.

Креативное использование отчества в современной литературе заслуживает отдельного исследования, но можно сказать, что такие факты найдутся, в подтверждение чего можно привести буквально два названия. Это детская книга А. Никольской «Чемодановна» (М.: Росмэн, 2015; аннотирована в «Литературной газете» 25–31.03.2015) и детские же стихи Михаила Яснова «Наша Карковна» (Урал. №4. 2017). Детская литература обыгрывает отчества в традициях фольклора и литературной сказки.

ЛИТЕРАТУРА

Вальтер Х., Мокиенко В. М. Большой словарь русских прозвищ. – М., 2007.

Гаспаров М. Л. Записи и выписки // Новое литературное обозрение, №24. 1997. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/1997/24/gasparov/html>

Грачев А. М. Отчество – одного корня со словом Отечество // Русская речь. 2008. №4.

Ковалев Г. Ф. Отчество как этическая категория русского

языка // Проблемы преподавания филологических дисциплин иностранным учащимся: сборник материалов конф. Т.4. – Воронеж, 2016. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25585754>

Синдаловский Н. Легенды и мифы петербургского театрального закулисья // Нева. №10. 2017. URL: http://magazines.russ.ru/media/uploads/2018/01/17/171_СИНДАЛОВСКИЙ.pdf

Федоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка: около 13 000 фразеологических единиц. 3-е изд., испр. – М., 2008.

Чернейко Л. О. Культура речи в свете этики ответственности // Труды Института русского языка им. В. В. Виноградова. Вып. 2. – М., 2014.

Шмелева Т. В. Ономастика: учебное пособие. – Славянск-на-Кубани, 2013. URL: 2013. <https://elibrary.ru/item.asp?id=2072542>

Шмелева Т. В. Антропонимия как ресурс городского ономастикона // Ономастика Поволжья: материалы XVI Международной научной конференции, посвященной 50-летию юбилею первой Поволжской ономастической конференции и памяти ее организатора В.А. Никонова (Ульяновск, 20—23 сентября 2017 г.) / под ред. С. В. Рябушкиной, В. И. Супруна, Е. В. Галушко. В 2 т. Т.2. – Ульяновск, 2017.

©Шмелева Т.В., 2018