

имиджа, а также фирменные символы, знаки корпоративного единения и т. д. Категория имиджа – многомерное и гибкое образование: сквозь призму дискурсивных имиджевых признаков происходит идентификация личности, транслируется её социальный статус, мир значимых для жизнедеятельности предпочтений.

Литература:

1. Русакова О.Ф. Русаков В.М. PR-Дискурс: теоретико-методологический анализ. Екатеринбург: УрО РАН, Институт международных связей, 2008. С. 204.
2. Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ (Серия «Дискурсология»). Екатеринбург: Издательский Дом «Дискурс-Пи», 2006. 177 с.

ДИСКУРС ИМЕНИ

Имя – слово, личное название человека, которое давали при рождении. В более широком смысле имя – это название любого предмета или объекта.

Имя дается человеку в момент рождения или вскоре после рождения, и сам человек никак или почти никак не определяет, каково будет его имя. Имя, данное человеку при рождении, обычно одно, личное имя, оно существовало у всех народов и во всех цивилизациях и связано с культурой и бытом, поэтому дискурсы имени в первую очередь относятся к кросскультурной и субкультурной коммуникации. Имя обеспечивает идентичность человека, а второе имя – фамилия – связано с семейной идентификацией. В России принята форма тройственного именованья – по имени, отчеству – имени отца и фамилии, семейному имени. Обращение по полному имени, то есть по имени-отчеству, считается уважительным. Наряду с полным именем использовались уменьшительные имена, которые были производными от личного имени и прозвища. Уменьшительные имена носят ласкательный либо уничижительный характер. Дискурсивность имен проявляется в конкуренции между собой, предлагая в форме символически-знаковых образований (вербальных и невербальных) различные интерпретации феноменов, а в процессах и отношениях выступают различными спо-

собами позиционирования, репрезентации и идентификации социальных акторов. Главным адресатом дискурсного воздействия имени выступает общественное сознание, осуществляя обработку общественного сознания, внедряя в него определенные нормативные и ценностные установки, образы и картины действительности.

Имя имеет огромное значение в судьбе человека, его функция идентификации дает человеку ответ на вопрос «кто я?». Имя и фамилия усваиваются человеком как некое социальное знание в разное время в ходе его индивидуального развития. Затем в своей жизни человек зарабатывает через социальную деятельность и разного рода коммуникации авторитет своего имени, который определяет его место в исторической памяти.

Известный философ и богослов Флоренский П. А. описывает имена как типы личности. В психологии семьи принято считать, что нареченное имя способствует определенным сценариям жизни. В некоторых культурах, в том числе и в славянской, существовали традиции менять имя в особых жизненных ситуациях. Так, например, в ряде регионов России все новорожденные младенцы в первые дни жизни именовались Богданами до крещения, а во время крещения им менялось имя на выбранное из святцев. Смена личного имени практиковалась и при принятии церковного сана. В совет-

ское время стало привычным давать имя уже не в честь святых, а в честь известных людей, или даже событий. Психологически имя, данное в честь какого-то героя или, например, погибшего родственника, содержит определенные ожидания, обращенные к названному так, в результате чего человек вынужден жить «за себя и за того парня», что может привести к серьезным личностным проблемам. В европейских странах существовали традиции именовать старшего сына именем отца, что было связано с наследованием титулов и имущества. Если такой порядок нарушался, то это влекло за собой и экономические, и психологические последствия. Таким образом, дискурсы имени, с одной стороны, формируют и структурируют знаково-символическое пространство, а, с другой стороны, обитают и функционируют в данном пространстве. Дискурсное знаково-символическое пространство в свою очередь пронизывает все другие пространства социального мира – политическое, экономическое, социокультурное, информационное, где и функционирует имя того или иного человека.

Антропологи гораздо более подробно, чем психологи, исследовали имена. Известны данные о системах именования, в которых «подлинное» имя скрывается из опасения, что враг человека может обрести власть над ним, если узнает его настоящее имя – а это убедительно демонстрирует ту степень, в которой имя человека отождествляется с ним самим. Практически во всех культурах существуют прозвища, которые заменяют официальное имя. Как правило, прозвища присваиваются окружающими. Прозвища могут отражать выраженные черты личности, особенности его характера или внешности, достоинства или недостатки, а так же быть преобразованы из фамилий или личных имен. В художественном творчестве и искусстве часто используются псевдонимы,

псевдоимена, призванные скрыть настоящее имя, либо сделать его более благозвучным. С развитием Интернета и общения в социальных сетях в обиход вошли ники, сетевые имена, позволяющие сохранять анонимность пользователя. Таким образом, дискурсы имени формируют у социальных субъектов ментальные образы мира, как внешнего, так и внутреннего, и его оценочные матрицы.

Литература:

1. Флоренский П.А. Имена. (I–V часть «Вопросы литературы», 1988, № 1; «Социологические исследования» 1988 № 6 и 1989 № 2–6, 1990 № 2–6).
2. Ром Харре. Психология имен. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Article/_Rom_Name.php.
3. Де Гольжак В. История в наследство. Семейный роман и социальная траектория. М., Изд-во Института психотерапии, 2003. 233 с.