

<https://doi.org/10.31470/2706-7904-2020-15-292-296>

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО НЕПРИЙНЯТТЯ ТА СХВАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ВЛАСНИХ ПРИЗВИЩ НОСІЯМИ

### *Study of Emotional Rejection and Positive Evaluation of Surnames by Bearers*

**Oksana Chornous**

*Ph.D. in Philology, Associate Professor*

Kropyvnytskyi Institute of State and Municipal Governance (Ukraine)

[trollly@ukr.net](mailto:trollly@ukr.net)

<https://orcid.org/0000-0001-8770-8869>

#### **Abstract**

*Nowadays it is important to determine how the surname bearers evaluate their surnames, whether they find them attractive, what aspects of surnames can cause negative emotions, and what the motives for changing the last name are. Using the questionnaire method we got important results: (1) majority of surname bearers have assessed positively their surnames; (2) the perception of the surname as a name of the family line that should be protected and preserved dominates; (3) prejudice to the surnames was connected with such factors as negative connotation of surnames (negative associations), formation of offensive informal names, diminutive form; (4) only one person out of 40 declared his wish to change the surname, although there were a few negative opinions.*

**Key words:** *surname, surname bearer, positive and negative assessment, attractiveness, prejudice.*

#### **Вступ**

#### **Introduction**

На відміну від особового імені, яке обирається для дитини батьками відповідно до їхніх особистих мотивів та уподобань і є персональною власністю денотата, прізвище успадковується від попередніх поколінь і слугує своєрідним маркером належності цієї особи до роду. У випадку сучасних прізвищ немає місця індивідуальній творчості, адже тут діє кількасотлітня традиція називання всіх нащадків одного роду тією самою власною назвою. Саме тому важливо з'ясувати, чи дають оцінку власним прізвищам їх носії, якими емоційними конотаціями її

супроводжують, які параметри родових назв стимулюють прояв позитивної або навпаки негативної атракції, які мотиви детермінують зміну прізвища на інший варіант. Це й визначило мету пропонованої наукової розвідки. Об'єктом дослідження було обрано таку лінгвістичну категорію як сучасні родові назви українців, предметом – психолінгвістичний аспект, а саме емоційне неприйняття або схвальна оцінка власних прізвищ носіями.

### **Методи та методики дослідження** *Methods and Techniques of the Research*

Теоретичними методами дослідження послуговували описовий метод, порівняльний метод, аналіз кількісних даних. Емпіричні методи – інтроспекція, опитування, рефлексивні прийоми. Метод анкетування використовуємо для визначення суб'єктивної оцінки прізвища носієм, а також для фіксації мотивів, які можуть спонукати носія до перейменування. Інтроспекція як метод психологічного дослідження послуговував основою щодо оцінки та усвідомлення прізвищ. Рефлексивні прийоми використовувалися для виявлення емоційного ставлення до прізвищ. До участі в дослідженні було запрошено 40 осіб, які наразі здобувають вищу освіту у ПВНЗ «Кропивницький інститут державного та муніципального управління». Учасники мали оцінити переваги свого прізвища або продемонструвати упереджене ставлення до нього, обравши одну відповідь із запропонованих варіантів:

*(1) мені повністю подобається моє прізвище, не бажая його змінювати за жодних обставин;*

*(2) загалом мені подобається моє прізвище, але я не проти змінити його на інше;*

*(3) моє прізвище не дуже подобається мені, але я все-таки не змінюватиму його на інше;*

*(4) мені зовсім не подобається моє прізвище і я б охоче змінив/змінила його за першої ж нагоди. Будь-який обраний варіант необхідно було аргументувати, вільно конструюючи відповідь.*

Такий підхід дозволив не обмежувати респондентів готовим переліком причин, що слугував би своєрідною підказкою.

Результати дослідження були узагальнені та систематизовані за допомогою інтерпретаційних методів, що ґрунтуються на використанні принципів системного, когнітивного та організаційного підходу.

## Результати *Results*

Першочергово респондентам необхідно було відповісти, чи наявне у них позитивне емоційне ставлення до прізвища, носіями якого вони наразі є. У результаті із загальної кількості учасників 90% (36 осіб) відповіли ствердно, 6.5% (3 особи) обрали відповідь «посередньо», і лише 2.5% (1 особа) скористалися варіантом «не подобається» («мені зовсім не подобається моє прізвище...»). Таке абсолютне схвалення власних прізвищ може бути зумовлено ономастичними смаками молоді, а також егоїстичною позицією носіїв, що є властивою цій віковій категорії (Прохоров, 2012: 148).

Свій вибір мовці обґрунтовують широким спектром артефактів, які узагальнено можна представити таким чином: (1) гарно звучить; (2) вказує на генетичний зв'язок із предками (у варіаціях); (3) є українським; (4) легке і зрозуміле; (5) пасує мені; (6) незвичайне/рідкісне/оригінальне; (7) добре поєднується з іменем. Аналізуючи наведені твердження, звертаємо увагу на те, що прояви позитивної атракції стимулювали фактори, що відповідають уявленням носіїв про прекрасне.

Одразу 22% учасників відповіли, що позитивне емоційне ставлення викликає у них прізвище, яке гарно звучить, є легким і зрозумілим. При цьому респонденти зазначали, що із легкістю вони пов'язують не лише вимову прізвища, але також його написання іншими членами спільноти.

Важливим фактором для 17% осіб є оригінальність, незвичайність або рідкісність прізвища попри те, що фахівці з питань атракції одним із основних факторів, які стимулюють позитивне емоційне ставлення, називають подібність. Оригінальні прізвища привертають увагу співрозмовників, дозволяють виділитися з-поміж інших, створити певний образ, який сподобався б. У цьому випадку фактично ідеться про використання прізвища для самопрезентації. Унікальне, незвичайне прізвище найвірогідніше викличе значно більший інтерес, іноді навіть при пейоративному забарвленні (наприклад, прізвища *Мертвий*, *Дохла*, *Дуля*), тоді як нейтральний онім лишиться поза увагою.

Для 11% учасників нашого анкетування здатність їхніх прізвищ вказувати на українське походження носіїв є важливим аспектом позитивної оцінки оніма. Сьогодні в умовах зростання патріотизму навмисне надання прізвищу чужомовного відтінку (*Амельченко*, *Васічкіна* тощо) може посилювати їх емоційне неприйняття.

Кілька учасників анкетування аргументували позитивну атракцію свого прізвища так: «пасує мені» – 3%, «добре поєднується з іменем» – 5%. Можемо припустити, що в першому випадку ідеться про якісь внутрішні відчуття мовця, а в другому – про фонетико-словотвірну будову прізвища.

Найчастіше учасники анкетування пов'язували своє позитивне ставлення до прізвища з його здатністю вказувати на належність до роду. Загалом зафіксовано 42% таких випадків. За своєю природою прізвище здатне об'єднувати кровних родичів та демонструвати генетичний зв'язок не лише між теперішніми, але й з попередніми поколіннями, у такий спосіб підтримуючи цілісність соціального феномену – «сім'я».

Абсолютне упередження в одного з учасників анкетування викликає зменшувально-пестлива форма його прізвища, що часто заважає цій особі почуватися впевнено. Двоє учасників анкетування аргументували негативне ставлення до своїх прізвищ суто екстралінгвальними причинами (складна родинна ситуація, сімейна історія). Попри негативну оцінку, усі троє респондентів не виявили бажання змінити прізвище.

Випадки, коли нащадки свідомо за власним бажанням відмовляються від успадкованої родової назви і на законних підставах змінюють її на іншу найчастіше мають місце тоді, коли родова назва здається носієві незрозумілою, перекрученою або викликає стійкі негативні асоціації (Чучка, 1980: 222-224), що створює психологічний дискомфорт, заважає власнику прізвища якнайкраще репрезентувати себе в спілкуванні, формує невпевненість тощо. Респондент, який виявив бажання змінити прізвище, пояснив це тим, що воно викликає негативні асоціації та з дитинства слугує основою для творення численних неофіційних іменувань, які зазвичай мають образливий характер і викликають негативний емоційний стан.

## **Висновки** *Conclusions*

Результати дослідження оцінки прізвищ демонструють:

(1) переважно позитивне емоційне сприйняття прізвищ з позиції носіїв; лише незначна кількість респондентів оцінює власні прізвища як «посередні», випадки упередження є поодинокими;

(2) домінує сприйняття прізвища як сімейного оніма, який належить зберігати; інші фактори схвальної оцінки (вказівка на етнічну належність носія, оригінальність прізвища, легкість його вимови та написання тощо) репрезентовані меншою мірою;

(3) негативну атракцію прізвища носії пов'язують з пейоративним забарвленням прізвищ (негативні асоціації), можливістю утворення образливих неофіційних іменувань, зменшувально-пестливою формою, саме вони можуть бути мотивом для зміни прізвища;

(4) незважаючи на негативну оцінку прізвищ з боку деяких носіїв, бажання змінити своє прізвище на інше виявила лише одна особа.

**Література**  
**References**

- Прохоров, А.С. (2012). Психологічні особливості прояву альтруїзму-егоїзму особистості. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*, 6, 146–149.
- Чучка, П.П. (1980). Сучасні процеси у класі прізвищ. *Spoločenské fungovanie vlastných mien. Slovenská onomastická konferencia*, 7, 219-227.