

О. Ф. Мінкова, Ю. А. Надольська,

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, м. Мелітополь

СОЦІАЛЬНІ КОНОТАЦІЇ ОНІМІВ

У статті розглядаються механізми актуалізації експресивних можливостей онімів, виявлення залежності цих можливостей від соціальної ролі денотата, запропоновані в ній стилістичні прийоми допомагають розкрити мовленнєвий потенціал ономастичного прошарку лексики.

Ключові слова: оніми, ономастика, експресія, соціальна конотація, газетно-журнальна публіцистика.

The article discusses the mechanisms of actualization of the expressive possibilities of names, revealing dependence of these features from the social role of denotation. Proposing stylistic techniques help to reveal potential speech onomastic layer of vocabulary.

Keywords: onomastics, expression, social connotation, newspaper and magazine journalism

В статті розглядаються механізми актуалізації експресивних можливостей онімів, виявлення залежності цих можливостей від соціальної ролі денотата. Пропоновані в ній стилістичні прийоми допомагають розкрити мовленнєвий потенціал ономастичного прошарку лексики.

Ключевые слова: оним, ономастика, экспрессия, социальная конотация, газетно-журнальная публицистика.

Власні назви займають особливу лексичну нішу в мові. Їхня відособленість виразно виявляється на мовленнєвому рівні, зокрема в газетно-журнальній публіцистиці. У період суспільно-політичних зламів, коли міняються суспільні установки, цінності, переосмислюється ставлення до осіб, подій, історичних періодів соціальний складник у семантиці онімів набуває особливого публіцистичного значення. Образ в газетно-журнальній публіцистиці – це образ соціальний – елементарна частка суспільно важливих подій. Окрім цього він бере участь у творенні механізму впливу на поведінку і діяльність людей, формування громадської думки, ставлення до фактів та явищ дійсності.

У газетно-журнальній публіцистиці соціальні компоненти значення імені тісно переплітаються з авторськими семами, що передбачають оцінку об'єкта найменування, емоційно-експресивний заряд.

Газетно-журнальна публіцистика – «конструктор реальності» належить до того виду діяльності, в якому реалізується, знаходить свій практичний вияв громадська діяльність людей. Соціальні фактори є визначальними для виконання митцями слова завдань, поставлених суспільством. Для досягнення ефективності масово-інформаційного впливу служать засоби соціальної експресії.

Публіцисти надають великого значення експресії онімів, справедливо розглядаючи актуалізацію стилістичного потенціалу імен як один з найефективніших мовностилістичних засобів новітньої публіцистики. Особливо активно він реалізується в умовах демократизації преси та розвитку ринку засобів масової інформації, оскільки допомагають привернути увагу читачької аудиторії до тієї чи іншої публікації, а також точніше висловити ставлення до конкретних осіб, фактів, подій, явищ тощо.

Вступаючи в різноманітні синтагматичні та парадигматичні зв'язки, імена забезпечують актуальність тексту, відтворюють складну ієрархію відношень об'єктів дійсності, орієнтують читача в просторі і часі.

Життєва віха в якій перебуває наше суспільство, позначена хисткістю та невизначеністю щодо багатьох реалій як у діахронічному, так і синхронічному плані. Значення відомого імені охоплює сему ставлення суспільства до денотата. Перші кроки у напрямку демократизації зумовлюють «різночитання» щодо багатьох суспільно значеннєвих власних назв. Різні політичні та фінансові групи через підконтрольні ГПЖ формують різне ставлення до відомих імен.

Соціальна роль денотата зумовлює його значення в кожен конкретний період часу. Денотат імен підпорядкований суспільному розвитку [4, с. 106–107]. Він змінюється, і водночас міняється його образ у свідомості людини, зазнає змін значення імені для певних соціальних груп. Значення імені варіює не лише в часовому вимірі. Той самий онім різними соціумами може «читатися» по-різному. Більш того, ідеологічні, світоглядні фактори, від яких залежить значення оніма, дають підстави говорити про ономастичний простір кожної окремої особи [4, с. 11], для якої кожне відоме їй ім'я наповнене індивідуальним змістом.

Кожна більш-менш значна подія наповнює соціальним значенням імена, що індефікують її, малозвані власні назви завдяки газетно-журнальній публіцистиці стають відомими, входять в активний лексичний фонд багатьох людей.

Актуалізація стилістичного потенціалу імен у газетно-журнальній публіцистиці є одним з найважливіших мовностилістичних засобів публіцистики. Про те, якого значення журналісти та редактори надають експресії реальних онімів, можна судити вже із заголовків газетних, журнальних публікацій, матеріалів у Інтернеті.

Означена проблема розглядалася в працях Л. В. Щерби, С. Г. Лисик, В. А. Кухаренка, Б. І. Косовського, М. В. Карпенка, Н. Г. Іванової, Ю. Ю. Сапліна.

«Значення імені як екстралінгвальна категорія, очевидно, ширше, ніж значення апелятива, – стверджують автори цитованого вище академічного видання [4, с. 105], – оскільки екстралінгвальні зв'язки імені багатогранніші, ніж зв'язки апелятива». Значення оніма поєднує як енциклопедичні відомості про денотат, так і дані про саме слово. Багатоплановість семантики імені відкриває широкі можливості для використання імен у різних стилістичних прийомах, зокрема творення тропів та синтаксичних фігур. З другого, боку синонімія, варіативність та поліїменність також слугують основою для створення експресії. Дослідник С. Перкас вказує на асиметричність онімів як мовних знаків, яка зумовлює їх здатність вживатися у переносному значенні [2, с. 99, 125].

Власні назви слугують мотиваційною основою для вживання їх у переносному значенні та творення нових лексичних одиниць. Ідеться про стилістичну деонімізацію імен – зокрема й ситуативну, – тобто про перехід їх до фонду апелятивної лексики або контекстуальне набуття ними ознак апелятива. З другого боку, загальні назви можуть «індивідуалізуватися», набувати ознак імені. Провідна роль у цьому процесі також належить газетно-журнальній публіцистиці.

Вступаючи в різноманітні синтагматичні та парадигматичні контакти, власні назви забезпечують актуальність тексту, відтворюють складну ієрархію відношень об'єктів дійсності, орієнтують читача в просторі й часі.

Оніми мають складну структуру значення. Насамперед ідеться про загальне значення, тобто таке знання (чи уявлення) про денотат, носієм якого є суспільство загалом. Воно також передбачає зв'язок з родовим апелятивним поняттям, якого стосується одиничний об'єкт. Соціальний складник значення охоплює знання соціума про об'єкт та ставлення до нього,

що формується, зокрема, й засобами масової інформації. Соціальні значення неоднорідні, змінюються в часі й залежать від відношення соціальної групи з об'єктом. Особливо можна виділити індивідуальне, або авторське, значення – тобто думку, знання чи уявлення окремої особи про денотат, яке з'являється під впливом як соціуму, так і власного досвіду особи.

Щодо «наповненості» соціального складника, імена поділяються на відомі та невідомі. Перші встановлюють стійкі асоціації з конкретним об'єктами та набутими знаннями про них. Текст частково коригує ці знання. Відомі імена та загальне значення їх, очевидно, стосуються не лише мовлення, а й мови. Що ж до невідомих імен, то в мові вони існують на правах цитат, а в мовленні – на правах відтворюваних одиниць [3, с. 7]. Текст створює їхнє значення – так само, як і в художній літературі, з тією різницею, що газетний матеріал наповнює імена соціальним змістом, чого немає в белетристиці.

У газетному тексті актуалізуються всі соціальні складники значення власної назви. Вони тісно переплітаються з авторськими семами, які передбачають оцінку об'єкта іменування, емоційно-експресивний заряд. Авторське значення, так би мовити, – «найбільш мовленнєве». Оцінка денотата здійснюється як контекстом загалом, так і суто мовними засобами.

Газетний текст часто не лише змінює знання про денотат, але й розширює рамки використання імені, «відриває» його від конкретного денотата, переносячи його на інші об'єкти дійсності.

Особливістю функціонування власних назв у ГПЖ є набуття ними соціальних конотацій, тобто таких контекстуальних сем, що актуалізуються через відображення соціально значущих фактів, процесів, явищ тощо.

Виконуючи головним чином номінативну (точніше ідентифікаційно-диференційну) функцію, онім, потрапляючи до газетного тексту, отримує, так би мовити, соціальне навантаження, оскільки вводить у текст соціально значущий денотат.

Усі факультативні функції онімів, досліджувані лінгвістами (аккумулятивна, пізнавальна, адресна, ідеологічна, впливова, емоційна, експресивна тощо), можна умовно поділити на дві групи: соціальні та оцінні (оцінка завжди містить у собі емоцію та експресію). Та оскільки в мовленні жодна з названих функцій не може закріпити за собою постійного статусу головної, деякі дослідники визначають як таку соціально-оцінну функцію онімів. Коли власна назва потрапляє в газетний текст, її диференційна та інформаційна функції не відмирають, а відсуваються на другий план [1, с. 112–113].

Соціальне навантаження онімів у засобах масової інформації пояснюється функцією ГПЖ – бути соціальним інформатором та відбивати соціально значущі події, факти явища тощо. Ідентифікація повідомлюваного здійснюється за допомогою власних назв.

Дослідження «соціального компонента» денотата у ГПЖ виходить за межі лінгвістики. Нас більше цікавить не носій власної назви з його соціальними функціями, а саме ім'я, його специфічне функціонування в мові засобів масової комунікації.

Функціонування денотата в складній системі суспільних зв'язків часто зумовлює специфічні соціально-експресивні конотації імен, котрі виявляються в мові ГПЖ. При цьому самі мас-медіа часто відіграють головну роль у творенні, закріпленні й поширенні цих конотацій. Так, топонім *Біловезька Пуца* після грудня 1991 року в політичній публіцистиці асоціюється з розпадом СРСР.

Газетний контекст, як правило, не змінює архисеми та найбільш загального денотативного значення оніма, але зміна може модифікувати диференційні й додати емоційно-експресивні семи.

Отже, у тексті функціонування імен відіграє важливу роль у створенні його публіцистичності за допомогою як мовно-стилістичних засобів, так і змістово-асоціативних зв'язків. Ці зв'язки формують своєрідні онімічні гнізда, до яких входять тематично споріднені – як правило, через відношення суміжності – власні назви. Онімія газетно-журнального тексту виявляє внутрішню організацію, відбиваючи тією чи іншою мірою позатекстову тематичну віднесеність імен.

Література:

1. Данильченко А. В. Особенности функционирования топонимов в языке газеты // Шоста республіканська ономастична конференція (4–6 грудня 1990 р). Тези доповідей і повідомлень. І. Теоретична та історична ономастика. Літературна ономастика. – Одеса : Одеський ун-т ім. І. І. Мечникова, 1990. – С. 112–113.
2. Перкас С. В. Парадигматические и синтагматические аспекты лингвостилистического потенциала топонимов в современном английском языке : Автореф. канд. диссертации / С. В. Перкас. – М., 1980. – 22 с.
3. Суперанская А. В. Лингвистический аспект ономастических исследований / А. В. Суперанская // Вопросы ономастики. – Труды Самаркандского ун-та. – Самарканд, 1976. – III. Вып. 284. – С. 5–12.
4. Теория и методика ономастических исследований. – М. : Наука, 1986. – 256 с.

УДК 811.161.2'42

І. Г. Мірошніченко,

Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна, м. Дніпропетровськ

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОДИНИЦІ ЯК ЗАСОБИ КОМПРЕСІЇ СТИСЛОГО МАС-МЕДІЙНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕКСТУ

У статті досліджується проблема конденсації інформації у стислому мас-медійному українському тексті, а саме: з'ясовується роль фразеологічних одиниць у компресії повідомлюваного. На матеріалі стислих текстів проаналізовано компресуючий потенціал фразеологізмів та здійснено спробу їх класифікації як засобів стиснення тексту. Доводиться, що не всі ідіоми мають високий потенціал для компресії мас-медійного повідомлення, а найвищим потенціалом володіють модифіковані фразеологізми.

Ключові слова: мас-медійний дискурс, стислий текст, конденсація інформації, засоби стиснення тексту, фразеологізм.

IDIOMS AS MEANS OF UKRAINIAN COMPRESSED MASS MEDIA TEXTS

The problems of compressed text are very important for modern Ukrainian mass-media discourse. The issues of rational representation and pragmatic approach to information are relevant today because of information space overload in mass-media. The idioms play one of the important roles in text compression process. The problem of compression potential of idioms hasn't been investigated completely in Ukrainian mass-media discourse yet. The aim of this article is to enlighten the role and functioning of idioms as means of text condensation of Ukrainian mass-media compressed text.

This paper deals with some peculiarities of idioms and their functions in text condensation. The investigation of the compression potential of the idioms has shown that some idioms have higher potential than other. They have wider information