

РАЗДЕЛ 5. ЛИТЕРАТУРОВЕДЧЕСКИЙ ДИСКУРС

УДК 811.161.2'272

Титульні номени на газетних шпальтах

Євграфова А.О.

Сумський державний університет, м. Суми, Україна

У статті робиться спроба окреслити поняття “титульні номени”. Цей термін окремо від словосполучення “місцеві титульні номени” нами не зустрічався в лінгвістичній літературі. Осмислення поняття “титульні номени” приводить до розуміння того, що титульні номени – це окрема галузь людської креативної діяльності.

Власні імена розглядались підрізним кутом зору: як назви окремих об’єктів діяльності, як явища природи і т.ін.

В силу зміни лінгвістичної парадигми на антропоцентричну виникає необхідність вивчати титульні назви в зв’язку з мовленнєвою діяльністю людини, яка на свій розсуд, називає той чи інший об’єкт уже існуючим у мові словом, тим самим надаючи йому новий смисл і трансформуючи його в нову концептуальну сферу.

Суть нашого дослідження полягає у тому, щоб розглянути номінації міських вивісок, так званої вуличної комунікації, рекламу як галузь когнітивної ономастології.

Ключові слова: титульні номени, місцеві титульні номени, газетний контекст.

Явление рассматривалось на материале газетного дискурса.

Постановка проблеми

В існуючій науковій літературі нам не зустрічався окремо в житий термін “титульний номен”.

Апріорі титульний номен – це різновид власних назв.

Власні імена як так і завжди були у полізору дослідників, де вони розглядались як назви окремих об’єктів людської діяльності [1;2]; як антропоніми, використані в художніх творах [4;9]; як ментальне явище в широкому філософському контексті [7;8]; як явище національної культури [5].

Титульні номени різних об’єктів людської діяльності залишаються на периферії лінгвістичних досліджень, мабуть, тому, що класичні, традиційні систематизації лексичного матеріалу були пов’язані з проблематикою мови (система, структура), при цьому мовленнєвий аспект залишався поза увагою. Тут же діє ланцюжок: мова-людина- мовлення-титульний номен.

У лінгвістичній науці останніх років посилюється інтерес до так званих місцевих титульних номенів, підякими ми, до речі, розуміємо лінгвістичне явище ізсферилексикології, пов’язане із засобом номінації місцевих об’єктів, створеної конкретним мовцем на основі надання назви предмету, назви, яка існує у мові і яка отримує у мовленні но везначення в залежності від задуму, мети, намі руцієї людини.

Місцеві титульні номени були піддані препаруванню у низці робіт, де вони розглядалися як номінації міських вивісок, як соціолінгвістичне явище, у зв’язку з “вуличною комунікацією”, мовою української реклами [3, с.39].

Мета статті – описати спектр титульних номенів на сторінках всеукраїнської газети “День” і регіональної газети “Сумщина”.

Предметом даної статті є газетні титульні номени.

Об’єктом – їх функціонування у газетному контексті.

Актуальність роботи зумовлена важливістю вивчення специфіки титульних номенів.

Основна частина

Газетний дискурс, який сприймається як текст, занурений у життя, конкретизує події, факти, які відбуваються “тут і зараз”. Газета, як різновид публіцистики, виконуючи роль інформування громадян і водночас пропагування суспільних цінностей, і відтворюючи діяльність у всіх сферах життя, не може не номінувати об’єкти, заклади, установи, організації і т.под., з якими пов’язаний перебіг описуваних подій. Ономастикон газетних матеріалів досить широкий і різнохарактерний, що дозволяє, з одного боку, створити “карту” тих подій, які потрапили у поле зору журналістів, а з іншого, – вони складають мозаїчну картину номенів, які використані на позначення ойконімів, топонімів, спелеонімів, гідронімів, дримонімів, урбанонімів, космонімів і т.ін.

Джерельна база нашого дослідження сформована із титульних номенів, які були вжиті журналістами у газетних матеріалах і використані нами як ілюстрації до теоретичних висновків, зроблених на основі дедуктивного методу (від часткового до загального).

Титульні номени – це особливий клас слів, які утворюються на рівні мовлення і функціонують як явище мовлення, що згодом стають одиницею мови з особливим статусом. Саме розкриття статусу, мабуть, не можливо без орієнтації на загальну теорію ономастики і номінації.

Слова із назвою “титульні номени” відрізняються своєю природою від звичайних слів, поява яких не має авторства, а етимології можливі як наслідок лінгвістичних екзерсисів. За кожним титульним номеном стоїть автор (нехай і невідомий широкому загалу!), обов’язково – певна вмотивованість (бодай і не бездоганна!) і певний об’єкт, який повинен мати назву, що виокремить його серед інших подібного роду об’єктів.

Таким чином, титульні номени, називаючи об’єкти, розрізняють одиничні явища.

Титульні номени – широке поняття, яке охоплює найменування, що надаються окремим поняттям з метою виокремити його, при цьому не просто іменуються предмет як етикетка - цукерку, а вкладається певний зміст, відомий лише автору, щоб зробити назву неочікуваною, яскравою, своєрідною, не схожою на інші, тобто у титульних номенах переважає індивідуально - авторське начало. Іншими словами, титульні номени характеризуються лексичною експресивністю.

Серед експресивів можна виділити назву партії Віталія Кличка “Удар”.

За словником удар:

1. Різкий сильний поштовх.
2. Звук, що утворюється внаслідок зіткнення рухомого снаряда.
3. Стрімкий напад, атака [6, с.605].

У назві партії “Удар” актуалізується базова сема “інтенсивність”. Крім того, цей титульний номен вмотивований і через те, що Віталій Кличко – чемпіон світу з боксу, для якого основним “зряддям” є “різкий сильний поштовх” у боротьбі із суперником, і програма партії передбачає нанести удар, здійснити “стрімкий напад, атаку” на існуючу владу. Ефект цього титульного номена досягається тим, що для ідеологем подібного роду вторинні номени не є типовими.

Якщо взяти за основу індивідуально-авторську природу титульних номенів, то їх можна знайти в таких групах:

- найменування політичних рухів, партій, процесів: Помаранчева революція, Арабська весна;

- назви музичних гуртів: “Воплі Водоплясова”, Pain, Clawfinger;

- титули книг, газет, театральних вистав, музичних проєктів: Юрій Щербак, “Час великої гри. Фантоми 2079 року”, “День”, “Лебедине озеро”, кліп “Радіохвиля” від Марії Бурмаки, “Rok’n’ Січ”;

- меморіальні об’єкти: Сандармох, “Заксенхаузен”.

Щодо останньої групи, то титульні номени “народжуються” на топонімічній основі.

Приклад.

Концтабір “Заксенхаузен” розташувався біля невеликого міста Орієнбаум на північ від Берліна. Власне, це місто знаходиться зовсім близько від столиці третього Рейху. Тож не випадково, саме тут нацисти утримували особливо важливих політичних в’язнів – противників свого режиму. Для цього на території концтабору існувала спеціальна відокремлена зона, центром якої був великий мурований бункер – “Целленбау”, що використовувався як тюрма для їхнього ув’язнення. (С.Кот. Останній день//День. – №100 – 12 червня 2013 – с.5).

- локальні назви, так звані ергоніми (кінотеатри, ресторани, магазини, ательє, перукарні): “Космос”, “Здибанка”, “Шиворот - Навыворот”, “AnnaSoroka”, “Естер”.

Наша особливо зацікавленість пов’язана із висвітленням і аналізом того зібраного матеріалу, який можна характеризувати як такий, що не відповідає правописним нормам, їх недотриманням або навмисним порушенням, що особливо спостерігається при транслітерації іншомовних запозичень, поєднанні кирилиці та латини: Vash комп’ютер, магазини “Bigoudi”, Брудершафт, Dentalbest;

- де відсутня будь-яка мотивація у використанні того чи іншого слова: Міжнародний фестиваль авторської пісні та співаної поезії “Булат”, футбольний дитячий клуб “Барса”, **Укр– Авто**

- де спостерігається стилістичне маніпулювання: “Уютный двор”, “Дом злата”; банк ВБР у розділі новорічних привітань звертається до своїх відвідувачів у такий спосіб:

І, звичайно ж, все більше і більше земляків ставатимуть клієнтами, переконуючись: з ВБР надійно вже тепер і в ньому Виконуються Бажання Радісно, як у Великому Будинку Рідні (газета “Сумщина”, 3 січня 2012р.).

- що демонструє відхилення від здорового глузду при намаганні виглядати оригінальним і креативним: “Beerloga”, “Твин пигз” (гриль-бар), “Комі\$\$іонка”, “Сервелат і Ко”.

- де слова утворені аббревіатурним словоскладанням з додатковою конотацією: “... гібрид з “останків” Мінфіну, Податкової і Митної служб український бізнес тут же окрестив “Мінздохом” (“День” – 12 червня 2013р.).

У цілому, апелюючи при перетворюванні у власні назви змінюють свою належність, переходячи в іншуконцептосферу.

Висновки

Говорячи про титульні номени, мабуть, чи не найкраще пригадати слова німецького філософа Вільгельма фон Гумбольдта: “Про який би предмет не йшлося б, його завжди можна співвіднести з людиною, а саме: з цілим його інтелектуального і морального організму” [2, с.161].

Увага до титульних номенів дозволяє замислитися над тим, що у мовознавчій науці є ще достатньо понять і категорій, які залишаються білими плямами, непізнаними об’єктами, які можна описати, виходячи із когнітивної ономасіології.

Список літератури

1. Введенская Л.А. От собственных имен к нарицательным/ Л.А. Введенская, Н.П. Колесников.-М.: Просвещение-1981.-144с.(Книга для учащихся старших классов).
 2. Гумбольдт В.фон. Эстетические опыты. Первая часть “О Германе и Доротее Гете”. Введение./В.фон Гумбольдт//Язык и философия культуры.-М.: Прогресс, 1985.-440с.
 3. Євграфова А.О. Місцеві титульніномени “на тліде колонізації та глобалізації”/ А.О. Євграфова//Філологічні трактати.-Т.4.-№3.-2012.-С.38-44.
 4. Жаплова З.П. Стилистические функции имен собственных в “Мертвых душах” Н.В. Гоголя/З.П. Жаплова//Ученые записки Азербайджанского пед. ин-та и лит, 1957.-Вып.5(ч.1)-Баку, 1957.-с.88-127(Серия филологическая).
 5. Коул М., Скрибнер С. Культура и мышление/М.Коул, С.Скрибнер// М.: Прогресс, 1977.-261с.
 6. Новий тлумачний словник української мови: у трьох томах.-Вид.2, випр./ Уклад. В.Яременко, О.Сліпушко.-Т.3.-К.: “Аконіт”, 2001.-862с.
 7. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира./Отв. ред. акад. Б.А.Серебрянников.-М.: Наука, 1988.-213с.
 8. Серебрянников Б.А. Роль человеческого фактора в языке. Язык и мышление/ Б.А.Серебрянников.-М.: Наука, 1988.-245с.
- Шагинян Р.П. Экспрессия собственных имен в русск. худож. Литературе/ Р.П.Шагинян, Э.П. Магазаник//Труды Узбекского гос. ун-та им. Алишера Навои.-Новая серия.-Вып.93.Кафедра русск. и заруб. лит.-Изд.Узбекского гос. ун-та.-Самарканд.1958.-С.103-127.

Євграфова А.А. Титульные номены на газетной полосе // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» Том 26 (65). № 3 – С.177-181

В статье делается попытка очертить понятие “титульные номены”. Этот термин отдельно, вне словосочетания “городские титульные номены” нами не был обнаружен в чем-либо исследовании.

Размышление над понятием “титульные номены” позволяет прийти к выводу, что титульные номены – это особая область речемыслительной деятельности.

Имена собственные в лингвистике рассматривались под разным углом зрения: как названия отдельных объектов деятельности, как явления природы и т.д.

В результате смены лингвистической парадигмы на антропоцентричную возникает необходимость изучать титульные номены в связи с речевой деятельностью человека, который, по своему усмотрению, называет тот или иной объект уже существующим в языке словом, тем самым придавая ему новый смысл и переводя его в новую концептуальную сферу.

Суть нашего исследования состоит в том, чтобы подойти к изучению городских вывесок, так называемой “уличной коммуникации”, рекламы как аспекта когнитивной ономастологии.

Yevgrafova A. Title namines on newspaper pages // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2013. – Vol. 26 (65). No 1 – P.177-181

In this article author attempts to define the concept of “title namines”. The term separately from the phrase “local title namines” we have not met in the linguistic literature. Comprehension of the concept of “title namines” leads to the understanding that the title nomines – it is a separate branch of the human creative activities.

Proper names are treated under a different point of view: as the names of individual objects, as the phenomena of nature and etc.

It is necessary to study the title namenes in connection with the human speech activities because of changes the linguistic paradigm to the anthropocentric.

In the human speech activities , which, at its discretion, we can call this or that object already existing the word in the language, thus giving it a new meaning.

The essence of our research is to consider the namines of local signage, the so-called street communications, advertising as a branch of cognitive onomasiologic.

Key words : *title namines, local title namines, newspaper context.*

Поступила до редакції 13.09. 2013 р.