

многим продолжает курс, намеченный своей предшественницей, хотя и несколько скорректированный новой этикой.

Список литературы

Бабенко Л.Г. Филологический анализ текста. Основы теории, принципы и аспекты анализа. — М.: Академический Проект, 2004. — 434 с.

Карпенко Ю.А. Специфика ономастики // Русская ономастика. 3-е изд. — СПб.: Питер, 2011. — 95 с.

Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. — М.: Изд-во МГУ, 1971 — 267 с.

Сайт газеты «The Guardian» // URL: <https://www.theguardian.com/uk> (дата обращения: 10.05. 2024).

Самарская Т.Б., Мартиросьян Е.Г. Публицистический текст: сущность, специфика, функции // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2. Филология. Искусствоведение. — 2012. — Вып. 1. — С. 143–147.

Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. — Волгоград: Перемена, 2000. — 172 с.

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ АРТИОНИМИИ ОТДЕЛЬНОГО РЕГИОНА

Ю.В. Дулова

*Витебский государственный университет имени П.М. Машерова
(Витебск, Республика Беларусь)*

Работа подготовлена в рамках выполнения НИР «Традыцыі і навацыі ў развіцці мовы і культуры Беларускага Паазер'я», № ГР 20210510 от 05.04.2021 г. задания 6.1.08 «Беларуская мова: этналінгвістычны, сацыялінгвістычны і лінгвакультуралагічны аспекты даследавання» подпрограммы «Беларуская мова і літаратура» государственной программы научных исследований «Грамадства і гуманітарная бяспека беларускай дзяржавы» на 2021–2025 гг.

В статье рассмотрены названия произведений изобразительного искусства отдельного региона с позиции прагматики. Определены прагматические компоненты артионимов. С опорой на данные проведенного опроса очерчен прагматический потенциал артионимии, выявлены интенции номинаторов. Полученные данные представлены в соответствии с частотой их упоминания опрошенными. Определена структура предложенных названий.

Ключевые слова: артионим; ономастическая периферия; прагматика; региональная ономастика; Витебская область

Исследование собственных имен, относящихся к ономастической периферии, в последние десятилетия осуществляется все чаще с позиции прагматики, которая, по утверждению Ю.С. Степанова, занимается вопросами выбора языковых средств «для наиболее успешного воздействия на адресата, для эффективного достижения намеченной цели в конкретных обстоятельствах речевого общения» [Степанов, 1981, с. 325–326].

Цель данного исследования — выявить прагматический потенциал артионимии отдельного региона.

В качестве региона, артионимное пространство которого подлежало исследованию, выступила территория Витебской области Республики Беларусь. Развитие ее онимной системы характеризуется влиянием многочисленных экстралингвистических факторов: географического, социального, исторического, культурного и т.д.

Материалом исследования послужили названия произведений искусства, собранные методом сплошной выборки из листов поступления основного фонда коллекций живописи и графики учреждения культуры «Витебский областной краеведческий музей», из изданных каталогов картин, а также из статей интернет-портала «Художники Витебщины». К авторам, названия произведений которых были отобраны, относятся белорусские художники, родившиеся и/или жившие/живущие на территории витебского региона; представители витебской художественной школы, как правило, являющиеся членами Белорусского союза художников.

Несмотря на то, что у артионима рекламная функция не является преобладающей, прагматические компоненты выделяются и в нем: разнообразные лексические, словообразовательные и синтаксические средства. Использование эмоционально-оценочной лексики (В.Н. Вольнов «Символ успеха», Л.С. Антимонов «Грезы»), заимствований (А.С. Изойтко «Memory»), структур с диалоговой семантикой (О.В. Крошкин «Что дальше?», В.З. Краевский «Привет!») в названиях произведений живописи и графики направлены на вызов у реципиента определенных ассоциаций (чаще позитивных) и выполняют фатическую функцию.

Названия произведений изобразительного искусства по своей природе выступают своеобразным зеркалом материальной культуры, народных традиций, ценностных ориентаций и т.д. Так, прагматический компонент в артионимах может быть представлен национально-культурной составляющей. Примечательны в этом отношении артионимы, в основу которых положены прецедентные феномены. Для того, чтобы коммуникация между номинатором и адресатом состоялась, необходимо наличие определенных фоновых знаний у реципиента, с одной стороны. С другой стороны, данная группа названий сама способна формировать у адресата новые знания.

Использование прецедентных имен свойственно портретной живописи и графике. В имеющемся в нашем распоряжении материале было выявлено 325 таких артионимов, сферами-источниками которых выступили «Искусство», «История», «Общество» и «Религия»: В.И. Кухарев «Марк Шагал», Ф.Ф. Гумен «Поэт Давид Симанович», В.А. Андросов «Соллертинский Иван Иванович в 20-е годы»; Б.Г. Лалыко «Ольгерд», Г.П. Киселев «Герой Советского Союза Вера Хоружая»; В.А. Андросов «Портрет учительницы Т.В. Филипенко»; И.Ф. Хруцкий «Митрополит Иосиф Семашко слушает в своем кабинете доклад секретаря».

Номинаторы фиксируют в артионимах не только имена известных личностей, но и обращаются к названиям произведений литературы и музыки: Н.Н. Дундин «Человек, который смеется», В.И. Кухарев «Прощание славянки». Использование прецедентных феноменов для номинации картин характеризует направленность данного разряда периферийных онимов. В отличие от рекламных названий, которые, как правило, создаются с учетом особенностей отдельной социальной группы, для исследуемых номинаций свойственна размытость гендерной направленности, но вместе с тем прослеживается ориентация на определенный уровень образования реципиента.

При анализе отдельного разряда онимов необходимо обращать внимание на характеристики номинатора и реципиента. Здесь важно учитывать неопределенность личности адресанта и адресата, а также условия коммуникации, которые не предполагают непосредственного контакта между ними.

С целью определения возможных номинативных интенций мы провели опрос, в котором приняли участие 557 респондентов – белорусских граждан, проживающих на территории Витебской области, в возрасте от 15 до 75 лет. В одном из блоков анкеты мы продемонстрировали участникам репродукцию картины В.Е. Тихоненко *«Подснежники»* [Художники Витебщины] без указания ее авторского названия и попросили предложить свою номинацию для изображенного на полотне, а также кратко объяснить свой выбор.

Исходя из полученных результатов, данная картина относится к произведениям с высоким соответствием онима и изображения.

Предложенное название у 6 опрошенных полностью совпало с авторским. Еще в 2 случаях лексема *подснежники* вошла в название. Номинаторы аргументировали свой выбор следующим образом: *«это основная доминанта работы по цвету и композиции»* (жен., 34 г., искусствовед); *«на картине изображены первые весенние цветы»* (жен., 16 л., обучающаяся); *«на картине отчетливо виднеется тающий снег и подснежники, время года весна»* (жен., 24 г., переводчик).

Наиболее частотным названием стал артионим *«Весна»* (76): *«так как на картине показана данная пора года»* (муж., 18 л., студент); *«на картине изображено пробуждение природы после зимы, поэтому можно догадаться, что наступает весна»* (жен., 19 л., студентка); *«потому что тает снег и, глядя на эту картину, можно ощутить запахи только наступающей весны»* (жен., 18 л., студентка), т.е. в основу положен не какой-то отдельно изображенный объект, а время, когда может происходить изображенное на полотне.

Артионим *«Весна в лесу»* был предложен 29 опрошенными: *«отображена пора года и конкретное место»* (жен., 33 г., преподаватель); *«потому что весна и лес. Это пейзаж – название должно соответствовать»* (муж., 29 л., индивидуальный предприниматель). Указанный артионим является ограниченно ориентирующим, как и предыдущий, поскольку не дает информации о деталях изображенного, а лишь отражает время и место.

28 опрошенных предложили более образный артионим *«Пробуждение»*, который в некоторой степени является стереотипным, когда мы говорим о переходе от зимы к весне: *«ранняя весна и есть пробуждение»* (жен., 62 г., библиотекарь); *«именно эта ассоциация у меня возникла при просмотре данной картины»* (жен., 32 г., библиотекарь).

Артионим *«Оттепель»* встретился в 27 заполненных анкетах: *«с первого взгляда кажется, что это весна, но, присмотревшись, я поняла, что это просто оттепель, и скоро лес снова укроет снег»* (жен., 18 л., студентка); *«первое весеннее тепло. Днем солнце прогревает. В лесу ветра нет. Первые цветы. Но ночью опять будет мороз»* (жен., 52, педагог-художник).

Приведем некоторые предложенные названия: «Весенний лес» (17), «Приход весны» (15), «Весенняя тропа» (12), «Ранняя весна» (10), «Начало весны» (9), «Первые цветы» (9), «Дыхание весны» (8), «Весна пришла» (7), «Март» (7), «Проталина» (7), «Весеннее пробуждение» (6), «Весеннее утро» (6), «Подснежники» (6), «Пробуждение весны» (5), «Пробуждение природы» (5), «Апрель» (4), «Запах весны» (4), «Наступление весны» (4), «Пролески» (4), «Проталины» (4), «Аромат весны» / «Ароматы весны» (3), «Весенние проталины» (3), «Весна идет» (3), «Начало жизни» (3), «Новая жизнь» (3), «Уход зимы» (3), «В лесу» (2), «Весеннее тепло» (2), «Весеннее утро в лесу» (2), «Весенний день» (2), «Весенний пейзаж» (2), «Весенний расцвет» (2), «Весенняя рапсодия» (2), «Весной в лесу» (2), «Лесная тропа» (2), «На пути к весне» (2), «Начало» (2), «Оживление» (2), «Первоцвет» (2), «Первый день весны» (2), «Пралеска» (2), «Пралески» (2) (именно в таком написании: вероятно, под влиянием белорусского языка), «Пришла весна» (2), «Пробуждение леса» (2), «Просека» (2), «Проталинка» (2), «Рождение весны» (2), «Снежная тропа» (2), «Тропа к весне» (2), «Утро в лесу» (2) и т.д. Значительная часть номинаций – единичные названия (179).

Структурно полученные в ходе опроса номинации представляют собой: отдельные слова (17,6 %): «Спокойствие», «Тихонечко», «Тепло», «Весеннее», словосочетания (74,2 %): «Адчуванне вясны», «Весенний звон», «Границы времен», «Зимнее прощание»; предложения (8,2 %): «Весна идет!», «Да проснется все живое!», «Весна обязательно будет», «Здравствуй, весна», «Все хорошее кончается». Такая структура артионимов является традиционной.

Исходя из полученных в ходе опроса результатов, при создании номинации для полотна, относящегося к пейзажной живописи, большинство номинаторов делает акцент на времени и месте изображенного. Несмотря на значительное количество повторяющихся артионимов, не отличающихся оригинальностью, наблюдается стремление придать названию образность и привлекательность для реципиента, что свойственно в первую очередь онимам-словосочетаниям и онимам-предложениям.

В проведенном опросе принимали участие студенты художественно-графического факультета ВГУ имени П.М. Машерова, а также художники и искусствоведы. Данная группа анкетированных предложила номинации, отвечающие общему настроению номинаторов и входящие в состав повторяющихся. Можно предположить, что номинативной интенцией в описанном случае стало информирование адресата об изображенных на полотне объектах, времени и месте изображенного. Это подтверждается и краткими объяснениями опрошенных.

Таким образом, артионимия отдельного региона обладает значительным прагматическим потенциалом, выявить который представляется возможным посредством эксперимента. Для отдельного региона подобное исследование позволит определить как универсальные средства прагматизации, так и тенденции, свойственные непосредственно данной территории, установить номинативные интенции авторов названий, условия успешности их

коммуникации с реципиентами, а также способствует описанию речевого портрета жителей данной местности.

Список литературы

Степанов Ю. С. В поисках прагматики (проблема субъекта) // Изв. АН СССР. Серия литературы и языка. – 1981. – Т. 40. – №4. – С. 325–332.

Художники Витебщины [Электронный ресурс] // URL: <http://painters.vlib.by/images/sampleddata/Tihonenko/gallery/tikhonenko-ve-podsnezniki.jpg> (дата обращения: 08.06.2024).

ФЕЛИНОНИМЫ КАК ТРЕНД ТИКТОК

Завьялова Е.Е.

*Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева
(Астрахань, Россия)*

В статье представлены результаты исследования по выявлению принципов презентации использования «паспортных» и «неформальных» кличек животных в соцсетях. Рассматриваются фелинонимы, которые сделали предметом обсуждения в видеороликах, в большом количестве появившихся на сервисе ТикТок в начале 2020-х годов. В подавляющем большинстве случаев они наложены на хит "That's Not My Name". Материалом для анализа стали 30 записей о котах и кошках с 30 кличками и отобранными 183 вариантами их замены.

Ключевые слова: фелинонимы; зоонимика; кличка; имя собственное; котоконтент; ТикТок; медиапространство; тренды социальных сетей

В 2008 году британский инди-дуэт The Ting Tings выпустил альбом "We Started Nothing", одна из песен которого мгновенно сделалась хитом. Сингл "That's Not My Name" («Это не моё имя») до сих пор популярен. Более того, благодаря композиции в TikTok зародился тренд, вдохновивший к началу 2022 года сотни блогеров. Под знаменитый трек домашнее животное (собака, лошадь, крыса, попугай, краб и проч.) «от себя лично» рассказывает, каким зоонимом его наделили изначально, а какие прозвища хозяева стали использовать впоследствии. Текст в большинстве случаев неизменен и сводится к **шаблону**, задающему ритм сообщения:

«Она дала мне красивое имя <...>,

...

чтобы потом называть:

<...>, <...>, <...>, <...>, <...>».

Числовой диапазон прозвищ, представленных в последней строке схемы, в рассмотренных нами вариантах – от четырёх, равных повторам стихов в припеве песни, до восемнадцати. Каждое, как правило, сопровождается новым видео-отрывком либо подходящей по семантике надписи фотографией. Часто в расположении ряда слов наблюдается градация: от стандартных кличек – к оригинальным и неожиданным.

Выявление закономерностей в употреблении «официальных» и «неформальных» зоонимов, точнее – принципов публичной презентации их применения в соцсетях, стало целью настоящего исследования. Материалом послужили 30 видеороликов о котах и кошках с 30 кличками и отобранными 183 вариантами их замены.

Очевидно, что *Felis catus* – самый распространённый в соцсетях питомец. М. Тиболт и Г. Марино объясняют чрезвычайную успешность кошек в