

культурный маркер, а потому чрезвычайно важным представляется лингвокультурологическое исследование подобных разговорных собственных имен, воссоздающих закрепленный в народном сознании образ города и отражающих разные типы речевой культуры.

Литература

1. Вахитов, С.В. Словарь уфимского сленга / С.В. Вахитов. – Уфа : Вагант, 2004. – 236 с.
2. Дмитриева, Л.М., Позднякова, Е.Ю. Языковое топонимическое пространство города Барнаула / Л.М. Дмитриева, Е.Ю. Позднякова // Язык города. – Бийск : БПГУ им. В. М. Шукшина, 2007. – С. 256-270.
3. Дубровина, С.Ю. Микротопонимы Тамбова / С.Ю. Дубровина // Современный городской фольклор. – М. : РГГУ, 2003. – С. 477-484.
4. Клубков, П.А., Лурье, В.Ф. Разговорные топонимы как явление фольклора / П.А. Клубков, В.Ф. Лурье // Современный городской фольклор. – М. : РГГУ, 2003. – С. 450-459.
5. Липатов, А.Т., Журавлев, С.А. Региональный словарь субстандартной лексики (Йошкар-Ола. Республика Марий Эл) / А.Т. Липатов, С.А. Журавлев. – М. : ООО «Изд-во Элпис», 2009. – 288 с.
6. Николина, Н.А. Неофициальные урбанонимы в современной русской речи / Н.А. Николина // Язык современного города: Восьмые Шмелевские чтения. М. : ИРЯ РАН, 2008. – С. 125-128.
7. Отин, Е.С. Сленговые собственные имена в онимном пространстве современного русского языка / Е.С. Отин // Λογος όνομαστικη. – 2009. – № 3. – С. 59-63.
8. Потанахина, И.Н. Городская неофициальная топонимика / И.Н. Потанахина // Русский язык в школе. – 2008. – № 10. – С. 65–68.
9. Разумов, Р.В. Неофициальная номинация городских объектов в системе урбанонимов Рыбинска в 1970–2000-е гг. / Р.В. Разумов // Проблемы семантики языковых единиц в контексте культуры (лингвистический и лингвометодический аспекты) : междунар. науч.-практ. конф., Кострома, 17–19 марта 2006 г. – М. : ООО «Изд-во Элпис», 2008, С. 445–448.
10. Синдаловский, Н.А. На языке улиц. Рассказы о петербургской фразеологии. / Н.А. Синдаловский. – М. : Центрполиграф, 2006. – 263 с.
11. Синдаловский, Н.А. Словарь петербуржца. / Н.А. Синдаловский. – СПб. : Норинт, 2003. – 320 с.
12. Широков, А.Г. Городская неофициальная микротопонимия / А.Г. Широков // Ономастика Поволжья : тезисы докладов VIII Междунар. конф., Волгоград, 8-11 сентября 1998 г. – Волгоград : Перемена, 1998. С. 71-73.

Л.А. Годуйко, Н.Р. Якубук

Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина

e-mail: smalusha@yandex.by

УДК 81'373.2:7.097(476)

НАЗВАНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ: НОМИНАТИВНЫЙ АСПЕКТ

Ключевые слова: телепрограмма, телеоним, периферийные имена собственные, двуплановость семантики, принцип номинации.

В статье проводится исследование лексико-семантической организации названий ТВ-программ основных белорусских каналов. Рассматриваются группы телеонимов в зависимости от соотношения их дономастического и ономастического значений; от принципа номинации, определяются особенности образования отобъектных и отадресатных наименований.

L.A.Goduiko, N.R.Yakubuk

Brest State University named after A.S. Pushkin

THE NAMES OF TELEVISION PROGRAMS: NOMINATIVE ASPECT

Key words: TV program, teleonim, peripheral proper nouns, the semantics of duality, the principle of nomination.

The article presents a study of lexical-semantic organization of the names of TV programs on major Belarusian channels. We consider the groups of teleonims depending on the ratio of their preonomastic and onomastic meanings; the principle of the nomination. The authors determine the building means of object-based and audience-based naming units.

Заглавие произведения – ключ к его интерпретации, именно поэтому читателя или зрителя по праву можно назвать коммуникативным соавтором: каждый адресат, произвольно или непроизвольно, строит собственный прогноз относительно содержания произведения уже на первоначальном этапе восприятия названия (Н.А. Кожина, Н.А. Николина, В.А. Лукин и др.) [6, с. 3]. Степень изученности наименований произведений разных видов искусства неодинакова: достаточно многочисленные работы, посвященные заголовку художественного и публицистического текста. Номинации кино- и телепроизведений внимание лингвистов привлекли в меньшей степени – из наиболее значимых работ назовем диссертации Ю.Н. Подымовой [6], М.С. Дудниковой [2], А.Н. Бертяковой [1] (на белорусском материале подобные исследования практически отсутствуют).

Мы обратились к последней группе онимов – интересной, подвижной, чутко реагирующей на различные языковые и экстралингвистические процессы. Это около 300 названий ТВ-программ (обозначим их как телеонимы), которые выходят в эфир на основных каналах нашей страны: «Беларусь-1», «Беларусь-2», «Беларусь-3», «Беларусь-5», «Беларусь-24», «НТВ-Беларусь», «ОНТ», «СТВ».

В научной литературе отражена неоднозначность взглядов на семантику онимов, в том числе периферийных. Ряд исследователей говорит о двуплановости подобных имен собственных, наличии у них двух значений. Первое – **дономастическое** – значение слова/слов, положенных в основу имени и отражающих различные свойства денотата. **Ономастическое** значение проявляется в способности имени соотноситься с определенными реалиями [3, с. 11], в нашем случае – телепрограммами. Актуализации этого значения помогает в том числе родовая термин: **программа об армии «Арсенал», ток-шоу «Здоровье», познавательно-развлекательная программа «Разрушители мифов», документальный цикл расследований «Экстрасенсы-детективы»** и т.д.

В зависимости от соотношения названных значений зафиксированные телеонимы составляют две группы. В первую входят **реальные имена**, прямо указывающие на свойства телепрограммы: «Размовы пра духоўнае», «Калыханка», «Суд присяжных», «Астропрогноз», «Навіны надвор'я», «Спортлото 6 из 49. КЕНО», «Музеі Беларусі», «Музыкальные вечера в Мирском замке», «Песни прошлого века», «Гандбол. Лига чемпионов» и др.

В основе **символического** телеонима, как правило, лежит сходство/ смежность с именуемым объектом: «Свято далёкай зоркі» (передача памяти ушедших из жизни писателей, композиторов, ученых и других звезд), «Подых струн» (музыкальная программа), «Открытый формат» (ток-шоу), «Дыхание планеты», «Автобус» (участники реалити-шоу путешествуют на этом виде транспорта), «Орел и решка» (ведущие трэвел-шоу перед поездкой бросают монетку и определяют, кому из них достанется всего сто долларов, а кому золотая карта с неограниченными возможностями), «100 миллионов» (интеллектуальная игра на деньги) и др.

Важным условием функционирования наименований телепрограмм (как и других РИ) является стремление к сохранению прозрачной внутренней формы. Причем ситуация называния – в силу сложности и разнообразия возможных отношений между ее элементами [5, с. 47] – отображается в исследуемых онимах множественностью форм.

Значительный пласт зафиксированных имен содержит сведения об **именуемой телепрограмме**. Так, в ряде названий присутствуют компоненты с общим значением 'информация (в том числе жанр, формат, в котором она подается)' или/и общим значением 'время': «Главный эфир», «"Центральное телевидение" с Вадимом Такменевым», «XXL Woman TV» (женский журнал), «Новости спорта», «Актуальное интервью», «Специальный репортаж», «Документальный проект», «Столичные подробности», «Пропаганда», «Самые шокирующие гипотезы»; «Время», «Белорусское времечко», «Наше утро», «Субботнее утро», «Воскресная проповедь», «Сегодня», «Акценты недели», «24 часа»; «Телеутро», «Ночные новости» и др. Практически все приведенные примеры – названия новостных, информационно-аналитических программ.

О проблематике телепроизведений, их участниках, героях, целевой аудитории сообщают зрителю наименования типа: «*Иснаць*» (программа о христианстве), «*Клуб редакторов*», «*Мой бизнес*», «*Революции XXI века*», «*Контрольная закупка*», «*Брэйн-ринг*», «*Свет природы*», «*Врачебные тайны плюс*», «*Фазенда*», «*Дача*», «*Идеальный ремонт*», «*Главная дорога*» (для автолюбителей), «*Белорусская кухня*», «*Время футбола*», «*Мир Английской премьер-лиги*», «*1/2 финала Международной лиги КВН*» и др.

Обращают на себя внимание имена «авторских» программ: «*В гостях у Бориса Аверина*», «*Тайны Чапман*», «*“Простые вопросы” с Егором Хрустальевым*», «*Утро с Юлией Высоцкой*» и др. Игры с фамилиями нашли отражение в названиях «*Козел про футбол*» (матчи с участием белорусских команд глазами Кристины Козел) и «*“Время Г” с Вадимом Галыгиным*».

В целом отобъектные телеонимы опираются на устоявшиеся традиции, требуют от именуемого субъекта минимум усилий.

Названия программ, ориентированные на **привлечение внимания адресата**, характеризуются поиском нетрадиционных средств. Для этого, во-первых, употребляются языковые обороты, побуждающие адресата отождествлять себя с участниками/зрителями передачи. Эффективны в этом отношении местоимения личные, притяжательные, а также определительное местоимение *все*: «*Я пою!*», «*Твой город*», «*Мой бизнес*», «*Наши*», «*Наше дело*», «*Ваше лото*», «*Хоккей для всех*» и др.

Во-вторых, высокой прагматической направленностью на зрительскую аудиторию характеризуются онимы, включающие в свой состав обращения («*Доброе утро, Беларусь!*», причем *Беларусь* – каждый из зрителей); названия, представляющие собой восклицательные и/или побудительные предложения, например: «*Я хочу это увидеть!*» (о мотопутешествиях по интересным местам нашей страны); «*Дазвольце расказаць!*», «*Едим дома!*», «*Смотреть всем!*», «*Пусть говорят*» и др.

В-третьих, для установления эмоционального контакта с потенциальным зрителем номинаторы стремятся деавтоматизировать восприятие телеонима адресатом, вовлечь его в лингвокреативную деятельность. Как результат – среди исследуемых названий телепрограмм отмечены случаи **языковой игры** [3] (ЯИ) на различных уровнях.

Примерами **графической ЯИ** служат онимы, в которых наблюдаем: а) **идеографизацию**, когда используются знаки из латиницы, других семиотических систем: «*PRO спорт*», «*Пин_код*» (молодежный интерактивный проект); б) **интеграцию**, т.е. снятие пробелов между словами: «*НашиПотребНадзор*» (от *наш* и *потребнадзор*); в) **капитализацию** – игру со строчными и прописными буквами (в предыдущем примере она скорее для четкой, выразительной подачи трехкомпонентного окказионального деривата). Более интересны случаи выделения сегмента слова, когда обыгрываются несколько связей номинации с мотивирующей базой. Например, в телеониме «*ARTиШОК*» одна связь – с названием диковинного растения, пищей людей не простых, избранных, а вторая – со словами *арт*, *шок* (программа рассказывает об искусстве, о новостях культуры, вызывающих, по мнению ее создателей, «культурный шок»). В наименовании шоу «*ДОстояние РЕСпублики*», на котором звучат песни, ставшие историей, в результате капитализации появляется второй план – музыкальный (*до* и *ре* – ноты).

Целый **комплекс средств ЯИ** (в том числе словообразовательной) – включение знака из интернет-сферы и замена последнего компонента мотивирующего слова *дыялог* – обнаруживаем в ониме «*Дыя@блог*». И это не случайно: основной канал общения ведущей со зрителями – блог.

Словообразовательная ЯИ репрезентована неолексемами, часть которых создана узуальными способами: суффиксацией – «*Научное шоу профессора Открываишкина*» (детская познавательно-развлекательная программа; антропоним мотивируется глаголом *открывать* ‘найти, установить путем исследований’) и сложением – «*Телебарометр*», «*Автопанорама*», «*ТВ-такси*» (в этом шоу события разворачиваются в такси), «*СТВ-спорт*» и др. Из окказиональных способов отмечена **заменительная деривация**: «*Дабраранак*» (ср. с бел. *дабранач*, в котором последний компонент заменили на антонимичный), «*Бард-парад*» (ср. с *хит-парад*, где вместо первого компонента – основа слова из той же тематической группы «Музыка»).

Примером **семантической деривации** служит телеоним «*Кипяток*» – название юмористической программы, как утверждают ее создатели, «о горячих новинках Всемирной паутины, жарких новостях блогов и хай-тек-примочках самого высокого градуса». Мотивирующее существительное (его узуальные значения – ‘кипящая или вскипевшая вода’ и ‘перен. об очень горячем, вспыльчивом человеке (разг. фам.)’) расширяет свою семантику и приобретает новое значение – ‘горячая информация’.

Номинаторы телепрограмм используют **ЯИ**, основанную на **антонимии**: в названиях «*Квартирный вопрос*» и «*Дачный ответ*» противопоставлены существительные *вопрос* – *ответ*; также контекстуальными антонимами представляются прилагательные *квартирный* – *дачный*.

Игры с многозначностью лексемы приводят к возникновению двусмысленности, актуализации обоих значений слова, в том числе прямого. В наименованиях «*Дело вкуса*» и «*Азбука вкуса*» *вкус* означает и ‘способность эстетической оценки’ и ‘смак’ – в результате удачно отражается ориентация кулинарных шоу на формирование культуры питания телезрителей.

Интересные результаты дают **игры с омонимией**, например: «*По^дедем, поед^им!*» (кулинарно-познавательная программа) и «*Жить здорово!*». По поводу последнего названия ведущая Елена Малышева подчеркивает, что оно совсем не случайно: «В русском языке слова “здорово” и “здорово” пишутся абсолютно одинаково, а для нас важно, чтобы оба этих понятия стали для зрителей синонимами». Омонимия компонентов фразеологизмов, послуживших базой для наименований «*Коробка передач*» и «*Первая передача*», приводит к появлению у устойчивых единиц новых значений: они, помимо отсылки к автомобильному делу, содержат указание на сферу телевидения (*передача*). Последняя номинация также намекает на место именуемой программы среди других (*первая*).

В-четвертых, для привлечения внимания зрителя, апеллирования к его фоновым знаниям, создания необходимых оценочных ассоциаций номинаторы обращаются к **прецедентным феноменам**. Целый ряд телеонимов – это фразеологизмы, номинативные словосочетания, цитаты из песен, художественных произведений, традиционные приветствия, расхожие фразы: «*Такова жизнь*», «*Званный ужин*», «*Горячий лед*», «*Крупным планом*», «*Секрет фирмы*», «*Дело принципа*», «*Обратный отсчет*», «*Чудо техники*» (цикл о новейших разработках ученых), «*На том же месте в тот же час*», «*Жди меня*», «*Поле чудес*», «*Дорогая передача*», «*Здравствуй, доктор!*», «*Родителей в школу!*», «*Сделано в Беларуси*», «*Время покажет*» и др.

Устойчивые единицы в кругу телеонимов не просто репродуцируются, нередко они становятся объектом **ЯИ**. В частности, возможны различные их **трансформации**. Трансформацию **структурную** (сокращение) и **морфологическую** (изменение времени глагола) отражает оним «*Следствие вели...*». Он возвращает зрителя в СССР, рассказывает о совершенных в ту эпоху громких преступлениях (ср. с названием известного сериала о советской милиции «*Следствие ведут знатоки*»).

При **лексической** трансформации наблюдаем замену одного из компонентов фразеологизма на антоним («*Наедине со всеми*» – ср. с узуальным *наедине с собой*) или на слово из иной ЛСГ, в том числе созвучное: «*Добро пожаловаться*» (ср. с узуальным *добро пожаловать*), «*День в большом городе*» (ср. с названием нашумевшего сериала «*Секс в большом городе*»). Телепроект «*Понять и обезвредить*» учит разрешать конфликтные ситуации: зрителю предлагают интересные факты, мнения, советы экспертов, но он должен сделать выбор сам; отсюда и название программы (ср. с узуальным *найти и обезвредить*). Для наименований кулинарного шоу «*50 рецептов первого*» и информационной программы «*50 оттенков. Белова*» мотивирующими выступили названия известного романа и его экранизации. В последнем примере омонимия совмещена с графической ЯИ: точка снимает вопрос о статусе последнего слова – это фамилия ведущей. Интересна номинация «*Непутевые заметки*», в которой переплелись омонимичные и окказионально антонимичные прилагательные: *путевые* (от *путь*) и *путёвые/непутёвые* (т.е. ‘легкомысленные’). А именно так непринужденно, будто бы несерьезно ведет свою передачу Дмитрий Крылов.

В целом отадресатные телеонимы предполагают определенные интерпретаторские усилия со стороны зрителя.

Таким образом, лексико-семантическая организация исследуемых онимов связана с выполняемыми ими функциями (номинативной, информативной, рекламной, эстетической, экспрессивной и др.), одна из которых оказывается ведущей. Яркой чертой исследуемых номинаций является их прозрачная внутренняя форма, метафоричность, метонимичность, лаконичность, клишированность, ориентированность на языковую игру.

Литература

1. Бертякова, А.Н. Лексико-семантические и синтаксические особенности заголовков телевизионных передач : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А.Н. Бертякова ; Таганрогский гос. пед. ин-т. – Таганрог, 1997. – 22 с.
2. Дудникова, М.С. Номинативная парадигма англоязычного телевизионного дискурса (на материале названий развлекательных передач Британии и США) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / М.С. Дудникова ; Самарский гос. ун-т. – Самара, 2004. – 20 с.
3. Ильясова, С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. – 2-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2012. – 296 с.
4. Крюкова, И.В. Пограничные разряды ономастики в современном русском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / И.В. Крюкова ; Волгоградский гос. пед. ун-т. – Волгоград, 1993. – 21 с.
5. Крюкова, И.В. Рекламное имя: рождение, узуализация, восприятие / И. В. Крюкова. – Волгоград : Перемена, 2003. – 100 с.
6. Подымова, Ю.Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Ю.Н. Подымова. – Майкоп, 2006. – 205 с.

И.К. Жилина

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова
e-mail: Irinka_ZHILINA@mail.ru

УДК 811.161.1'373.2:336.71:659.1:347.772

БАНКОНИМ: ПРАГМАТОНИМ ИЛИ ИДЕОНИМ

Ключевые слова: ономастика, оним, нейминг, прагматоним, коммерческая номинация, продукт, идеоним, банконим.

В статье описывается проблема идентификации банкони́ма как объекта ономастических исследований. Противопоставляются два подхода к определению места банкони́ма в ономастической системе: банконим – разновидность прагматони́ма, банконим – разновидность идеони́ма.

I.K. Zhilina

Vitebsk State University named after P.M. Masherov

BANKONYM: PRAGMATONYM OR IDEONYM

Key words: onomastics, onym, naming, pragmatonym, commercial nomination, product, ideonym, bankonym.

The article describes the problem of identification of bankonym as an object of onomastics research. There are two approaches to defining the place of bankonym in onomastics system: bankonym is a kind of pragmatonym, bankonym is a kind of ideonym.

Имя собственное представляет собой весьма значимое явление в жизни общества, поскольку человек окружен различными субъектами и объектами живой и неживой природы, которые имеют свои названия. Ученые-ономасты, исследуя имена, обращались к различным сферам чело-