

УДК 81'373.2 ТИПОЛОГИЯ ИРКУТСКИХ ГЕМЕРОНИМОВ

Ю.В. Вайрах,¹ А.С. Чистохина²

Иркутский национальный исследовательский технический университет,
664074, Россия, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

В статье впервые анализируется периферийный раздел ономастики – названия средств массовой информации (гемеронимы) на региональном материале. Определяется терминологический статус понятия «гемероним», представлена классификация иркутских гемеронимов.

Ключевые слова: гемеронимы; ономастика; идеоним; ономастическое пространство; искусственная номинация.

TYPOLOGY OF IRKUTSK HEMERONYMS

Y. Vairakh, A. Chistokhina

Irkutsk National Research Technical University,
83 Lermontov Str., Irkutsk, Russia, 664074

The paper provides the first analysis of the peripheral branch of onomastics – media names (hemeronyms) at the regional material. It defines the terminological status of the concept of "hemeronym". The authors presents the classification of Irkutsk hemeronyms.

Keywords: hemeronym; onomastics; ideonym; onomastic space; artificial nomination

Средства массовой информации большое значение придают корпоративной политике издания, и в частности, названию. Успех масс медиа во многом зависит от наименования, которое может стать брендом и использоваться в дальнейшем как знак качества. Названия средств массовой информации в современных исследованиях практически не изучены, а, вместе с тем, это интересная тема, выявляющая особенности региональной периодики, смыслы, концептуальное значение, местный колорит.

Названия средств массовой информации – постоянно пополняющийся пласт ономастической лексики. Традиционно «ономастика» понимается как «раздел языкознания, изучающий собственные имена: названия родов, племен, народностей, наций, географические названия, собственные имена (имена, отчества, фамилии), семейные и родовые имена» [1]. В ономастике решаются вопросы распространения имен, заимствования из других языков, преобразования имён. Ономастику составляют разделы: этнонимика, топонимика, антропонимика, зоонимика, эргонимика, гемеронимика и др.

Гемеронимы – это собственное имя изданий периодической печати (газет, журналов и т. д.), один из разделов ономастики. О.И. Федосова в работе «Лингвистический статус гемеронима» говорит о разрозненности групп имён собственных до 50–60-х гг. XX в. [7]. В настоящее время ономастическая лексика изучается как сложная макросистема, имеющая внутреннюю структуру с многочисленными разветвлениями и разновидностями ономастической лексики.

Гемеронимы по своему лексическому и концептуальному наполнению ближе к идеонимам. Обратимся к определению «идеонима»: «различные категории имен собственных, имеющих денотаты в умственной, идеологической и художественной сфере человеческой деятельности» [4]. Как видим, гемероним во всех вышеперечисленных сферах человеческой деятельности имеет свое значение. И.В. Крюкова трактует в широком смысле «гемероним»: «Периодические печатные издания – это только одно из средств массовой информации. Другими не менее значительными средствами массовой информации являются радио- и телепрограммы. Как периодические печатные издания, они представляют собой совокупность материалов с общей тематикой и имеют постоянные названия. И в том и другом случае названия законодательно закрепляются и юридически охраняются» [2]. На основе рассмотренных определений можно сделать вывод, что гемеронимы – это имена собственные любых средств массовой информации, которые обладают основными признаками ономастической лексики. Гемероним индивидуализирует право на выпуск печатной продукции и создание радио- и телевизионных программ. К свойствам гемеронимов можно отнести: долговечность и изменяемость, преобладание искусственно созданных имён (вторичная номинация).

¹Вайрах Юлия Викторовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и журналистики, e-mail: vayrakh@yandex.ru

Vairakh Yulia, Candidate of Philology, Associate Professor of Advertising and Journalism Department, e-mail: vayrakh@yandex.ru

²Чистохина Анна Сергеевна, студентка 4 курса направления журналистика, e-mail: annys95@mail.ru
Chistokhina Anna, a fourth-year student of Faculty of Journalism, e-mail: annys95@mail.ru

В гемеронимах проявляются характерные черты искусственной номинации:

- имя собственное создается и осмысливается индивидуально номинатором в процессе номинации и читателем;
- прагматический индекс номинации, реализующей рекламную, информативную и коммуникативную функции.

Целенаправленное включение новых названий в систему общего языка осуществляется путем устного оглашения факта наречения через каналы массовой коммуникации в виде рекламных роликов, большинство из которых построены на обыгрывании слова или словосочетания, от которого образован гемероним.

По словам Т.В. Шмелевой, гемеронимы обладают мотивирующей базой, потому что их можно объяснить через другие факты языка и действительности.

Мотивирующими признаками гемеронима оказываются: тематика, место издания, топоним, адресат, субъект, код региона, показатель интернет-издания «.ru», указание на медийность, время.

Анализ иркутских гемеронимов (60 единиц) основывается на классификации Т.В. Шмелевой [6]. Наиболее репрезентативной группой в нашем материале является группа гемеронимов, мотивированная тематикой издания (38,1 %): «Автомаркет», «Автошоп», «Авто. Байкал», «Весь автомобильный Иркутск», «Автолэнд». Гемеронимы включают префиксоид «авто» (автомобильный). Название «автомаркет» совмещает два компонента: префиксоид «авто» и слово «маркет» в значении «рынок, торг» [3]. Гемероним «Авто. Байкал» представляет собой парцеллированную конструкцию, включающую префиксоид «авто» и гидроним Байкал.

Тема бизнеса и денег отражена в названиях: «Капитал», «Капиталист», «PRO деньги», «Бизнес-журнал». Название «Капитал» образовано от слова «капитал» (от лат. *capitālis* – главный) – стоимость, являющаяся средством получения прибавочной стоимости путём использования наёмного труда; деньги, большая сумма денег; влияние, авторитет. Название журнала отражает его идеологию – зарабатывание и управление деньгами. Слово «капитал» восходит к *capitalis* – главный, основной и итал. *capitale* – сумма, основная сумма» [3]. Гемероним «Капиталист» (название журнала) образовано от апеллятива «капиталист», обозначающего «людей господствующего класса в капиталистическом обществе, собственников капитала, владеющих капиталом и извлекающих прибавочную стоимость путем эксплуатации наемного труда» [3]. Журнал публикует статьи о людях и для людей, умеющих делать деньги и управлять другими людьми. Бизнес-тематике посвящены публикации издания «Бизнес-журнал». Название произошло от слова, заимствованного из английского языка: «business» (дело) – это предпринимательская экономическая деятельность, приносящая доход, прибыль.

Название журнала «PRO Деньги» образовано с помощью транслитерации предлога «про» и слова «деньги». Строительной тематике посвящены журналы: «Градостроитель» и «Стройка». Название «Градостроитель» образовано при помощи слияния двух слов: град и строитель. Град – это заимствование из старославянского языка, раньше так называли город [3]. Название журнала «Стройка» образовано от апеллятива, обозначающего место, где возводится здание и строящееся сооружение [5]. В иркутском медиаполе функционируют гемеронимы, отражающие тематику путешествий, например, «Время странствий».

В названии журнала «Отдыхай и путешествуй» с помощью предиката реализуется побуждение к действию. Название путеводителя «Путешествия по Прибайкалью» образовано с помощью топонима «Прибайкалье». Из журналов, посвящённых теме здорового образа жизни, можно выделить название издания «Будь здоров!», которое строится на основе словосочетания-пожелания.

Названия модных журналов: «В хорошем вкусе» (тематика: мода, красота и стиль) «Дорогое удовольствие» – журнал о тенденциях моды и стиля жизни в большом городе образовано при помощи фразем: «дорогое удовольствие» (разг.), так говорят о том, что обходится дорого, стоит больших усилий или денег. «В хорошем вкусе» значит «изысканно, дорого, стильно» [5].

Большую тематическую группу составляют рекламные названия изданий, посвящённых поиску работы: «Из рук в руки», «Все объявления», «Доска объявлений», «Все объявления Иркутска», «Выбирай». Рассмотрим название газеты «Из рук в руки». «Из рук в руки» – устоявшаяся речевая форма и обозначает: «напрямую, без посредников, непосредственно от одного к другому» [3]. В названии газеты «Все объявления» местоимение «все» указывает на полноту проявления признака, свойства или качества.

Группа, мотивированная топонимами, составляет 25 % от анализируемого материала. При образовании гемеронима используется топоним, например, газета «Иркутск». Газета «Иркутск» – официальное печатное издание администрации города Иркутска. Астониом «Иркутск» включён в названия: «Деловой Иркутск», «Весь Иркутск». Оттопонимические прилагательные представлены в таких гемеронимах, как «Иркутская неделя», «Иркутская старина», «Иркутская торговая газета» (рис. 1).



Рис. 1. Иркутская торговая газета

Кроме топонима «Иркутск», оттопонимного прилагательного «иркутский», встречаются слова: «Сибирь», «Восточно-Сибирский», например, «Восточно-Сибирские вести», «Восточно-Сибирский путь», «Восточный формат», «День Сибири». Гемероним «Восточно-Сибирская правда» относим к этому разряду, поскольку слово «правда» имеет культурную коннотацию, сохраняет память о том, что было важно и ценно для большого количества людей. В стране существовало множество газет с этим названием, поэтому слово «правда» приобрело дополнительное значение «газета».

«Восточно-Сибирская правда» – это газета, которая распространяется на всей территории Иркутской области и известна далеко за её пределами. Слово «Сибирь» наполняет дополнительными смыслами название газеты «День Сибири». Значение названия усиливается обязательными слоганами газеты: «Народная газета Прибайкалья» или «Сибиряк – это звучит гордо!». Есть издания, в названии которых отражается указание на детскую целевую аудиторию, например, журнал «Сибирячок». Название образовано присоединением к слову «Сибирь», концептуальное содержание которого обосновывается многими учёными, и уменьшительно-ласкательного суффикса – ок. Гемероним Сибирячок ассоциативно связан с топонимами «сибиряк» и «сибирячка», превращающимися в маркеры национальной идентичности.

Газета «Восточно-Сибирский путь» распространяется по Иркутской, Новосибирской областям, Республике Бурятия, Забайкальскому, Красноярскому краям. Газету в бумажном или электронном варианте читают в органах исполнительной и законодательной властей трёх субъектов федерации и во всех муниципальных образованиях, через которые проходит ВСЖД. Слово «путь» в названии символизирует железные дороги Восточной Сибири. Названия «Байкальские вести» (рис. 2) и «Байкал-новости» образуются при помощи гидронима Байкал – знаковом месте для каждого человека, проживающего на территории Восточной Сибири.



Рис. 2. Байкальские вести

Собственно медийная мотивация представлена в названиях четвертой группы (12 % от анализируемого материала): «Восточно-Сибирская правда» (рис.3), «Комсомольская правда», «Известия», «Байкальские вести», «Иркутская торговая газета», «Восточно-Сибирские вести», «Байкальская газета», «Иркутские новости». Наряду с топонимами в образовании названий участвуют медийные слова: «правда», «вести», «газета», «новости», «вестник». Советизм «правда» – это примета времени и выражает идеологию издания. Правда – это то, что соответствует действительности, что есть на самом деле, противоположность лжи [5]. Слово внушало доверие читателям и до сих пор не потеряло своего первоначального значения. Советизм «правда» остался в названиях иркутских газет, пришедших из советского времени.



Рис. 3. Восточно-Сибирская правда

Группа гемеронимов мотивирована историзмами (6, 5 %): «Губерния», «Иркутская старина», «Знамя труда», «Гудок». В них встречаются слова-символы: знамя, гудок, копейка (газета «Копейка»). Знамя – это слово-символ, образованное от глагола «знати», «отличительный знак» [3]. Газета «Гудок» публикует новости железнодорожного, авиационного и др. транспорта, политики, экономики, культуры и спорта; хроника происшествий. Газета является печатным изданием РЖД, а слово «гудок» ассоциируется с сигналом поезда. Копейка – это устаревшая форма разменной монеты России. Копейка с давних времен считалась самой мелкой разменной монетой в Российской Империи, «монетой мелкого достоинства».

Гемероним «СМ Номер один» образован способом аббревиации: название газеты «Советская молодежь» и название «Номер один» объединились в 1997 г. в «СМ Номер один» – общественно-политическое издание. Аббревиация встречается в газете «Вестник ИНК» – корпоративное издание иркутской нефтяной компании, ИНК расшифровывается как «Иркутская нефтяная компания».

В процессе номинации имядатели применяют слова-заимствования, кальки или иностранные слова, что кажется им оригинальным: «PRO деньги», «Shop&Go», «Sparkler», «THE CHIEF», «TEEN». (6,5 % от анализируемого материала). «Shop&Go» переводится как «покупай» и «иди». Это модный гид по магазинам, товарам и услугам города Иркутска. Журнал «Sparkler» – первый гляцевый журнал класса люкс в Иркутской области. Издание, претендующее на эксклюзивность и декларирующее определенный образ, стиль и качество жизни. Слово «Sparkler» переводится с англ. языка как «бриллиант, сверкающий огонь, драгоценный камень» [3]. «THE CHIEF» (рис. 4) – гляцевый деловой журнал о бизнесе и о его лидерах. «Chief» – (англ.) лидер, глава, начальник, шеф [3]. «TEEN» – модный журнал для молодых людей Иркутска. Вполне объяснимо употребление этого иноязычного слова в названии молодежного издания. Teen – сокращенное слово от «teenager», что значит подросток [3].



Рис. 4. THE CHIEF

Группа гемеронимов, в основе которой лежит мотивирующий признак – адресация – составляет 4 % от анализируемого материала. Гемеронимы «Наша газета», «Наша сибскана» и «Наша дача» включают слово «наша», актуализирующее диалог автора и читателя. «Наша сибскана» – это газета о спорте Иркутской области. «Сибскана» – иркутский хоккейный клуб – в августе 2004 г. был переименован в «Байкал-Энергия». Иркутяне по привычке называют команду «Сибскана» и посещают домашние матчи, любят, поддерживают игроков.

Гемероним-субъект (1 % от рассматриваемого материала) присутствует в названии газеты «Иркутский репортер». Репортер – это сотрудник средств массовой информации, передающий сведения о текущих событиях местной жизни [3]. Газета публикует репортажи с мест событий Иркутской области.

На основе полученных результатов можно сделать вывод, что в иркутском медиаполе преобладает тематическая мотивация, что говорит о дифференциации печатных изданий города Иркутска по тематике. Многие гемеронимы включают топонимический компонент, что объясняется стремлением номинаторов зафиксировать местоположение в названии, продемонстрировать любовь к родному краю и сделать название узнаваемым.

Тематическая мотивация предсказуема и различается по сферам освещения, а мотивация по месту показывает привязанность к своей родной территории. Названия газет и журналов отражают социально-экономические, культурные, политические, экономические изменения жизни общества, и их изучение позволит выявить информацию для понимания конкретного медиаполя.

Библиографический список

1. Введенский Б.А. Малая советская энциклопедия. М., 1958–1960. Т. 6.
2. Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград: Перемена, 2004.
3. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Эксмо, 2008.
4. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука, 1988.
5. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. М., 2010 г.

6. Шмелева Т.В. Ономастикон новгородского медиаполя [Электронный ресурс]. URL: <http://www.novsu.ru/file/1103282> (дата обращения 24.12.16).

7. Федосова О.И. Лингвистический статус гемеронима [Электронный ресурс]. URL: <http://izvestia.vspu.ru/files/publics/49/76-80.pdf> (дата обращения 24.12.16).