

МІСЦЕ ОНІМА В СИСТЕМІ ВИРАЖАЛЬНО-ЗОБРАЖАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ДРУКОВАНОГО МЕДІАМОВЛЕННЯ

Науковий вісник Ужгородського університету.

Серія: Філологія. Соціальні комунікації. – 2013. – Випуск 2 (30)

Шебештян Я. Місце оніма в системі виражально-зображальних засобів друкованого медіамовлення; 15 стор.; кількість бібліографічних джерел – 13; мова українська.

Анотація. У статті схарактеризовано місце оніма в системі виражально-зображальних засобів друкованого медіамовлення у зв'язку з основними ознаками та структурами тексту.

Ключові слова: медіатекст, ознаки тексту, онім, пропріальні засоби, система виражально-зображальних засобів.

Сенс журналістської практики з усім її формально-функціональним розмаїттям все ж зводиться до творення текстів соціально значущої проблематики, орієнтованих на широку аудиторію. І всі основні ресурси медіатворчості (безсумнівно, – лінгвальні), котрі мають своє особливе значення та набувають конкретного смислу в процесі мовлення, звичайно, заслуговують на пильну увагу науковців. Тим більше, що дотепер залишається актуальним питання «раціонального використання власне текстових факторів», а точніше – цілої системи виражальних засобів журналістики, необхідних і достатніх для того, «щоб досягти постійної і сталої ефективності масово-інформаційного впливу» [7, с. 204].

Виражально-зображальні засоби медіамовлення не автономні й не ізольовані: вони належать системі мови, під якою, «як і в інших цілісних складних об'єктах, розуміють сукупність взаємопов'язаних, взаємозумовлених елементів, які утворюють складнішу єдність, розглядану з боку елементів – її частин» [11, с. 607]. Серед таких елементів, що виявляються в конкретній мовній дійсності (зокрема, медіатексті) і потребують поглибленого аналізу (дослідження власних назв у літературному середовищі більшою мірою зосереджені на художній сфері), – пропріативи. З огляду на те, що поняття структури («склад і внутрішня організація єдиного цілого, розгляданого з боку його цілісності» [11, с. 607]) та системи мови можуть відображати різне осмислення одного об'єкта, онім є одночасно і елементом морфологічної / лексико-граматичної структури, і компонентом граматичної системи.

Пропріативи, як і семантико-граматичні одиниці інших рівнів, входять у мовну систему виражально-зображальних ресурсів журналістського мовлення та знаходяться у ній, як вважаємо, не на периферії, а, навпаки, посідають одне з чільних місць.

Особливе становище / статус власних найменувань у мові можна пояснити багатьма причинами й унікальними ознаками, як-от: належністю найменування окремому, одиничному об'єкту, непрямым відношенням до понять («включають усю відому мовцеві інформацію про свої денотати, без певних узагальнень, і тому пов'язуються з поняттями лише тією мірою, якою вказують на різновид об'єктів» [11, с. 79]), диференційною роллю, «гетерогенністю

імен будь-якого онімного класу» [10, с. 37] тощо. Неабияке значення має й належність усіх пропріативів до іменника як центральної частини мови. «За семантичною окресленістю, центральними формально-синтаксичними позиціями у реченні, а також розвиненою сукупністю морфологічних категорій і парадигм іменникові і дієслову належить центральне місце в граматичній структурі української мови» [2, с.47].

Крім того, важливо й те, що в основу виокремлення іменника покладено ономасіологічну категорію предметності, оскільки «семантичне ядро іменників утворюють слова, які позначають те, про що мислимо як дещо окреме, виділюване в певних просторових межах, тобто як про «справжній» предмет (курсив наш. – Я. Ш.)» [2, с.47]. Оніми (антропоніми, зооніми, топоніми, космоніми і т. д.) як індивідуальні окреслення конкретних предметів (у широкому сенсі), ймовірно, більшою мірою пов'язані з первинними іменами / іменниками, семантичні ознаки яких ґрунтуються на речовості, тобто реальній, а не граматичній предметності.

Торкаючись питання граматичної сутності пропріативів, принагідно зауважимо: оніми не вступають з апелятивами, як дехто вважає, в гіперогіпонімічні зв'язки. Так, наприклад, у науково-навчальній літературі натрапляємо на некоректні коментарі ілюстрацій прикладок. Пор.: «найчастіше прикладками виступають видові назви: (...) місто Яготин, (...) село Семигори, (...); Дядько Самійло (...). Рідше родові назви є прикладками при видових: (...) в своїм зеленім Київ-граді (...), роман «Дума про тебе» (курсив наш. – Я. Ш.) [13, с. 101 – 102]. Принаймні подив викликає запропонована тут кореляція лексем *дядько* як родового поняття і *Самійло* як видового (тоді, виходить, і кожен пойменований індивідуум становить окремий вид відносно гомо сапієнс?!), або топонімів *Київ* і *Яготин* з апелятивами *град* і *місто* (у підручниковій інтерпретації – це види міста як родового поняття). На жаль, аналогічні приклади подає й «Український правопис», § 27 [12, с.33], оскільки як родо-видові тут тлумачать сполуки *місто Київ, ріка Москва, Москва-ріка, Сапун-гора*. Доцільно, вважаємо, оперувати в аналогічних ситуаціях термінами *онім* і *апелятив*, а не *вид* і *рід* (ці пари, підкреслюємо, не симетричні).

Нерозуміння природи оніма, нехтування його ознаками призводить і до інших, на наш погляд,

сумнівних міркувань у деяких наукових джерелах. Так, наприклад, питання про одиниці тексту, що безпосередньо стосується і місця власних найменувань у структурі тексту, не може бути розв'язаним поза принципами логіки та без глибокого розуміння специфіки лінгвальних одиниць різних рівнів тощо. Тому не можемо погодитися і з таким судженням: «Одиниці тексту – переліки, цитати, посилання, дати, числа, скорочення, власні назви, умовні позначення (?! – Я. Ш.)» [8, с. 9]. Воно не витримує жодної критики, адже, зокрема, власні назви можуть входити і в переліки, і в цитати, і в покликання та виявлятися в компресійній формі як скорочення, а цитати, крім того, можуть містити все перераховане автором і т. д.

Отже, особливе значення оніма як іменника і як індивідуального найменування конкретного об'єкта забезпечує йому провідне місце у системі виражальних засобів медіамовлення, яке можна вивчати у контексті синтагматики і парадигматики. А оскільки лінійні (синтагматичні) та вертикальні (парадигматичні) відношення «пронизують усю структуру мови, всі мовні одиниці», тісно переплетені та пов'язані діалектичними взаємозв'язками [11, с. 545], доцільно розглянути виражально-зображальний сенс онімів і у зв'язку з основними категоріями (ознаками) тексту, і з урахуванням зумовленою ними поліструктурністю медіатвору.

На підставі аналізу інвентарю фактів, дібраного з творів українських суспільно-політичних видань «Експрес» (Е.), «Коментарі» (К.), «Post-Postup» (П.), «Український тиждень» (У. т.) – 2012 / 13 рр., та керуючись, крім усього іншого, настановою Ю. О. Карпенка про «повноцінне вивчення» онімії, що передбачає її аналіз у межах цілого тексту та розгляд не окремих онімів, а всієї їх сукупності у тексті [5, с.15], висловимо й деякі свої міркування у зазначених вище аспектах.

1. Пропріативи як виражальні засоби медіамовлення відіграють помітну роль у забезпеченні цілісності журналістського тексту на смислово-му і структурному рівнях. (Тут послугуємося класифікацією основних ознак / категорій тексту, включеною в посібник І. М. Кочан [6, с.33 – 44].) Пронизуючи увесь твір і втілюючи у ньому єдність теми, одиниці різних онімних полів разом з іншими засобами мови виформовують *внутрішню* (тобто на рівні змісту) *когерентність*. Пор. : «На думку колишніх послів США в Києві, Україна може швидко змінити ситуацію і стати знову цікавою Заходу (...). Політика Білого дому щодо Києва після приходу Джона Керрі на посаду державного секретаря, переконані дипломати, не буде кардинально іншою. Втім, як зазначив Стівен Пайфер, українське керівництво робить ще більшу помилку, переоцінюючи своє значення для Заходу. Київ вважає, що Сполучені Штати буцімто за будь-яку ціну прагнуть запобігти поверненню України в зону геополітичного впливу РФ. Але «президент Барак Обама не мислить категоріями холодної війни (...). Задля покращень відносин із Заходом Україна має передусім посилювати свої демократичні рейтинги, адже

уряд США не запліщуватиме очей на порушення прав людини і згортання демократії в країні лише заради того, щоб запобігти її тяжінню в бік Росії» (У. т. – № 6 (274). – 2013. – С. 7). Наведений фрагмент ілюструє не тільки безпосередню включеність пропріативів, зокрема антропонімів і топонімів, у тематичну структуру медіатексту, де розгортається макротема *відносини Україна – Захід* на рівні мікромем зі стрижневими одиницями *Барак Обама, Київ, США* і т. д., а й засвідчує функціонування онімів як засобів *граматичної / структурної цілісності* тексту.

2. На логічному, асоціативному та стилістичному рівнях пропріативи актуалізуються в медіатексті і як засоби *когезії*. Логічна зв'язність досягається за рахунок відповідної послідовності одиниць, їх повторів і варіювання, включення в причиново-наслідкові зв'язки між окремими компонентами тексту, як-от : «Всі ми чули про *священника Валентина*, який жив у III столітті за правління імператора Клавдія. Мовляв, *Валентин* таємно вінчав закоханих. Згодом його було за це страчено. Красива легенда, еге ж? Але правдиві у ній лише епоха, факт – священство *Валентина* і його смерть в часи імператора Клавдія II. (...) в стародавньому Римі саме цього дня (14 лютого. – Я. Ш.) святкували *Луперкалії*. Це латинське слово має різні значення – «вовчиця», «блудниця», «розпусниця» (...). Пам'яттю про *Валентина* в часи після християнізації Риму прикрили розпусну сутність *Луперкалій* (...). Тож насправді *день святого Валентина* ані за своєю історією, ані за традиціями відзначення не має нічого спільного ані за святістю, ані з благочестям, ані із заповіданою Богом любов'ю (...). Бо не для одного дня, а для всього життя *Спаситель* дав заповідь : «Полюби ближнього свого, як самого себе» (Е. – № 17 (6805). – 2013. – С. 2). Здатність онімів втілювати логічну когезію засвідчує і їхнє непериферійне місце у логіко-поняттєвій структурі усього твору.

Наявність асоціативних полів, значення онімів як ключових слів медіатексту та як елементів синтаксичного паралелізму дає змогу пропріативам брати участь і в забезпеченні *асоціативної когезії*: «Українські олігархи функціонують як підсистема російської соціально-економічної системи (...). Тому, навіть коли вони мають палаци в Лондоні й Женеві, столицею світу для них усе одно залишається *Москва* (...), все українське для них – «неформат», бо чуже й незрозуміле. Олігархи *України*, колишні пересічні радянські люди, виховані комуністичною імперією (...). Їм хочеться визнання не в *Нью-Йорку* чи *Парижі*, а саме в *Москві*, адже в душі вони невиліковні совки (незважаючи на всі їхні діаманти), а для таких «...вся советская земля починається с *Кремля*». Це реалізація (...) комплексів і бажань «хлопця з нашого двору», який зробив кар'єру в самій *Білокам'яній* (...). Саме олігархи є найвпертішою «*Вандеєю*», центром опору будь-якій українізації (а отже, і деколонізації, і дерадянізації *України*)» (У. т. – № 6 (274). – 2013. – С. 10). Як переконуємося, увесь наведений текстовий фраг-

мент вибудовується на основі логіко-асоціативних протиставлень онімів: з одного боку, *Білокам'яна / Кремль / Москва* і проросійський антипатріотичний український олігархат – *«Вандея»* (франц. *Vendée* – департамент у пн.-зх. Франції, який під час Великої французької революції кінця 18 ст. і в наступні роки був центром роялістів і католицького духівництва; центр контрреволюції), з іншого – *Україна, Женева, Нью-Йорк, Париж*.

Асоціативний план будь-якого оніма не лише конкретизується, а й може трансформуватися і виформуватися у певному текстовому середовищі. Пор. : «*Галичина* була відсталою австрійською провінцією, а зовсім не українським *П'ємонт*» (У. т. – № 6 (274). – 2013. – С. 17); «*Гриценко* – один *Д'Артаньян*, який готовий пожертвувати своїм депутатським статусом», «Класичний політичний *«колобок»* (*Ігор Насалик* – нардеп, котрий побував у «Нашій Україні», «Регіонах України», УНП, «Батьківщині», НДП, «ЕКО +25». – Я. Ш.) (У. т. – № 6 (274). – 2013. – С. 15), «не гірше *Ненька* за багатьох інших! Країна як країна: у своєму віці, на своєму місці в історії і географії, зі звичайним населенням» (К. – № 3. – 2013. – С. 3); «*З Рокфеллера* він (Ходорковський. – Я. Ш.) став *Нельсоном Манделоу!*» (У. т. – № 1–2 (270). – 2013. – С. 23). Хоч одиниці різних онімних розрядів і відрізняються за обсягом символічних та образних асоціативів, загалом, як слушно зауважує О. Ю. Карпенко, «серед асоціативів, породжених онімами, панує пряме, логічне осмислення стимулів», а «серед осмислень непрямих символіка помітно переважає у порівнянні з образністю» [4, с.49].

Як новітній приклад формування онімного асоціативного поля можна розглядати відапелятивне містке й лаконічне найменування *Сім'я*, як-от у сполюках : «*Інтер*» продано на користь «*Сім'ї*», роль «*Сім'ї*» в медіа-оборудді десятиліття, «*Сім'я*» не переплачує, в руки «*Сім'ї*», можливість для торгу з «*Сім'єю*», заради спокою «*Сім'ї*» і т. д. (У. т. – № 6 (274). – 2013. – С. 9). Відносно нові (пор. ще: *Майдан, Межигір'я, Печерський / Печерний суд, «Русській мір»*) та загальномовні (*Вавилон, Гідра, Голяф, Едем, Ельдорадо, Крез, Мекка, Цербер, Чайльд Гарольд* тощо) фразеологізовані («крилаті») одиниці різних онімних полів мають потужний виражально-зображальний потенціал, тобто поглиблюють, формують асоціативний план і латентний зміст, урізноманітнюють, збагачують, прикрашають медіамовлення.

На рівні онімії медіатексту простежується і стилістична зв'язність. Вона виявляється, зокрема, в узгодженості пропріативів із функціональними потребами публіцистичного стилю. Ономалексика в друкованому медіамовленні завжди привертає увагу (експресивна роль) і завдяки графічному оформленню (велика літера), і завдяки тісному зв'язку (онім – денотат) з конкретними актуальними у багатьох сенсах (історичному, культурному, політичному, економічному тощо) реаліями. Напр.: «Перед новим роком *Сейм* відмовився засудити депортацію українців з пограниччя в рамках акції

«*Вісла*», натомість влітку 2013-го нас чекає гаряче відзначення 70-ї річниці *Волинської трагедії*. Два президенти, котрі один одного називають «*друг Броніслав*» та «*друг Віктор*», поки що вдають, що цієї напруги не відчувають (...). «*Свобода*» у польській суспільній свідомості – це «необандерівці». Так принаймні їх окреслює людина, котра береться відстоювати українські інтереси в *Європарламенті*, – представник правлячої партії у *Польщі* «*Громадянська платформа*» *Павел Зелевський* (...). Можна без проблем уявити *руку Четотова*, котра дає відмашку на подібного роду (визнання ВР факту геноциду поляків на Волині та вибачення. – Я. Ш.) голосування (...). Чомусь для *Польщі* більшою загрозою є 37 депутатів «*Свободи*» у ВР, ніж вбивчий для євроінтеграції *України* союз олігархів та комуністів (...))» (К. – № 6 / 15. – 2013. – С.15).

3. Лише абстрагуючись, тобто з метою наукового аналізу, можна розглядати категорії тексту, як і його структури, ізольовано одну від одної. Як і вся система мови, вони насправді не існують у «препарованому й схематизованому вигляді» [11, с. 607]. Так, на ономарівні водночас з уже зазначеними ознаками (когерентністю та когезією) актуалізуються *членованість* і *лінійність*. Перша виявляється у зв'язку з логікою розгортання теми, змістовим (мікротематичним поділом) та формальним (архітектонікою твору, рубрикацією тощо) структурованням медіатексту, друга зумовлена континуумом, просторово-часовою послідовністю розгортання змісту. Не заглиблюючись у сутність членованості та лінійності як категорій тексту, нагадаємо, що пропріативи (граматично завжди іменники), як правило, відіграють суттєву роль у розкритті змісту, створюють своєрідний концептуальний каркас твору, сприймаються як ключові слова, а тому входять у предикативні центри надфразних єдностей (на рівні тематичної структури – мікротем, на графічному – абзаців), на межі яких і проходить членування тексту. З цього випливає, що власні назви різних розрядів як осередки «мовної та текстової (енциклопедичної) інформації» [3, с. 40] і як унікальні за своєю конкретністю індивідуальні окреслення об'єктів позамовної дійсності є обов'язковими, незамінними елементами фактичної та інформаційної структур журналістського твору. Це легко простежується навіть в ізольованому від текстового середовища переліку онімів; пор. (послідовність одиниць у журналістському творі збережено) : *Німеччина, президент Пауль фон Гінденбург, вождь Націонал-соціалістичної робітничої партії Адольф Гітлер, Ангела Меркель, виставка «Берлін – 1933 : дорога до терору», Голокост, Сталінградська битва, Йосиф Сталін, Червона армія, СРСР, Комуністична партія України, Україна, ФРН, Гітлер, День захисника Вітчизни, День Радянської (Червоної) армії, Адольф Гітлер, Муссоліні, Рим, діяч Націонал-соціалістичної робітничої партії Мартін Борман, секретар КПУ Щербицький, Київ, Владімір Ульянов, Європа* (Пешек Я. Пасивність веде до пекла // У. т. – № 9 (277). – 2013. – С. 57); *Юлія Тимошенко, Партія регіонів, система Рада-4, Верховна Рада,*

КПУ, Президент, Конституція, Олександр Єфремов, Україна, НАТО, саміт Україна – ЄС, Європарламент, президент Польщі Олександр Квасневський, президент Європарламенту Пет Кокс, Юрій Луценко, Менська колонія, Банкова, Грушевського, Брюссель, ЄС, Німеччина (Малишко І. Політична криза підкралася непомітно // К. – № 5. – 2013. – С. 5); Москва, Архієрейський Собор Російської Православної Церкви, Українська Православна Церква (МП), Митрополит Київський і всієї України Володимир Сабодан, Патріарх Кирил, Російська Церква, Українська Православна Церква Київського Патріархату, Українська Греко-Католицька Церква, Православна Церква, Католицька Церква / Римо-Католицька Церква, Церква Англії, молитва «Вірною, Східні Церкви, Предстоятель УГКЦ, Україна, Патріарх Варфоломій, Рим, Бог, Росія, КДБ, ФСБ Росії, УПЦ МП, УГКЦ, Київ (Мартиник Б. Міжцерковна війна насувається // Е. – № 14 (6792). – 2013. – С. 1, 6).

Крім того, оніми як окремі відносно автономні структурні одиниці – заголовки друкованих медіаторів і їхніх частин (рубрик) – відіграють важливу архітектонічну і виражальну концептуальну функцію. Пор.: «Дискурс гламуру й менишвартовості» (заголовок), «Раби статусу», «Ряджена альтернатива?», «Нічого особистого» (назви фрагментів) (У. т. – № 1 – 2 (270). – 2013. – С. 10 – 13); «На службі «Сім'ї» (заголовок), «Як це було», «Кругообіг людей в апараті», «Бюджет «реформи» відчув», «І тут розвели, як кошенят?» (назви фрагментів) (У. т. – № 1 – 2 (270). – 2013. – С. 18); «Енциклопедія жлобів» (заголовок), «Чому глобалізм = жлобство», «Інформаційне жлобство», «Соціальна порнографія», «Закон жлобообігу в природі», «Корпоративне жлобство», «Джінси як жлобський артефакт» (назви фрагментів) (П. – № 9 (70). – 2012. – С. 26). Центральне місце найменувань творів як темовидільних компонентів, які здебільшого першими привертають увагу читача, дає підставу вважати цей розряд онімів одним з найважливіших компонентів комунікативної структури, особливо у зв'язку з контактною (привертання уваги реципієнта) та організуючою (підтримка зацікавленості) функціям-варіантами комунікативного впливу.

4. Тісно пов'язана з іншими й ще одна ознака медіатексту – *модальність* як мовленнєве відображення ставлення автора до позамовних реалій і до самої мови. Найочевидніший зв'язок цієї категорії з емоційно-експресивною структурою друкованого твору, де помітне місце належить пропріативам. Різноманітні за денотативною співвіднесеністю (антропоніми, топоніми, ергоніми та ін.), походженням (питомі українські, запозичені; реальні, літературно-художні), уживанням (узуальні й okazіональні), структурою (одно-, дво- та багатоконпонентні; неускладнені й ускладнені індикаторами чи детермінативами), стандартизованістю (офіційні та неофіційні форми), емоційним забарвленням (нейтральні та квалітативні) тощо оніми здатні втілювати текстову публіцистичну модальність, тобто «суб'єктивно-об'єктивне ставлення до дійсності, у якому суб'єкт

мовлення і є авторським я» [9, с.14]. Причому будь-який онім може набувати у своєму контексті додаткових семантичних, стилістичних відтінків, створювати відповідний реєстр (діапазон від низького до високого – пафосність, урочистість, іронію, сарказм та ін.) мовлення, відображати позитивне, нейтральне чи негативне ставлення до об'єкта осмислення. Пор.: «Яких тільки прокльонів та знущальних реплік не побачиш під блогами *Вадіма Калесніченка* (...), *Єлени Бандаренка* та інших (...). Днями занесло *Вадіка* у лоно Церкви (...). *Ісуса канонічний Вадік* називає по-російськи «*Ісус*» (...). *Вадік* вирішив звернутися до «архіпастирів (що це таке? – Ю. В.), пастирів та інших вірних громадян (ага, вже в Церкві маємо громадянство! – Ю. В.) *Канонічної Української Православної Церкви*» і повідомити їм, що «2013 – це рік, в якому ми святкуватимемо 1025 років хрещення *Київської Русі*». І тут же ляпає перший ідіотизм: «наші предки під мудрим керівництвом (так і хочеться додати «і лічно *Віктора Федоровича!*» – Ю. В.) великого князя... *Володимира* прийняли світло *Православної Віри*». Таваріщ!!! Яка православна віра у 988 році? Тоді була одна християнська віра! (...) Реакція ж читачів на статтю *Вадіка* говорить сама за себе: (...) «*Вадік*, ти, может, и канонічний, но дурак», (...) «Канонічна діяльність *Вадіка* – частина технології: прищепити у свідомості людей, що вірують, асоціацію *Православної Церкви і Партії Регіонів*» (Винничук Ю. Церковні злодюжки // П. – № 1 (72). – 2013. – С. 10).

Модальність медіатвору виявляється, наприклад, уже на рівні його найменування, як-от: «*А якщо завтра Янукович ти?*» (Грицик Ю. // Е. – № 23 (6829). – 2013. – С. 5, 15); «*Буржуазія родом із совка*» (Лосев І. // У. т. – № 6 (274). – 2013. – С. 10); «*Від чого втомився «Ротвейлер Господній»*» (Щоткіна К. // К. – № 6. – 2013. – С. 14); «*Гаваріт Масква!*» (Макаров Ю. // У. т. – № 6 (274). – 2013. – С. 9); «*Донецький привіт від Сталіна*» (Кіпіані В. // У. т. – № 4 (272). – 2013. – С. 59); «*Как нинє сбіраєтєя вєщій Азар*» (Юзьо Обсерватор // П. – № 1 (72). – 2013. – С. 5); «*Країна Безглуздя*» (Винничук Ю. // П. – № 6 (67). – 2012. – С. 4); «*Країна гламуру та її пастирі*» (Ленсон Л. // П. – № 1(72). – 2013. – С. 21); «*На службі «Сім'ї»*» (Скумін А. // У. т. – № 1 – 2 (270). – 2013. – С. 18 – 19); «*Олігархат vs вільне підприємництво*» (Лановий В. // У. т. – № 49 (266). – 2012. – С. 16 – 19); «*Проект «фабрика провокаторів»*» (Пахльовська О. // У. т. – № 9 (277). – 2013. – С. 18); «*Про те, що НЕ почув Янукович*» (Пілішук О., Голодрига Ю. // Е. – № 23 (6829). – 2013. – С. 1, 3); «*Так звана незалежність так званих республік*» (Єфіменко Г. // У. т. – № 46 (263). – 2012. – С. 40 – 43).

Емоційно-експресивне навантаження пропріативів, яке, по суті, і становить їх зображальний сенс, можна вважати вторинним, похідним щодо виражального. Адже стилістичний потенціал ономазасобів у друкованому медіамовленні перш за все зумовлений природою власного найменування, його значенням та реалізується у відповідному контексті. Як, до прикладу, у таких фрагментах: «(...) наші *пінкертони* здійснювали пошук підслу-

ховувальних пристроїв за допомогою ліхтарика, викруток та ножа. Навіть *Шерлок Голмс* задля такого трафунку озброювався принаймні лупою. Про дедуктивний метод мовчу», «У цих фразах навіть не згадано *дядечка Адольфа*, якого з глибокою повагою згадує *Ахмадінеджад*. Ба навіть з ностальгією: не допрацював, мовляв, *Адольф*», «(...) тільки *Гарун ар-Рашид* у казках, перевдягнувшись за дєрвіша, міг тинятися вечірнім *Багдадом* і придивлятися, як народ поживає. Теперішні султани і візири повідомляють про мету свого візиту наперед», «Я ще пам'ятаю оті транспаранти (...) – «Продовольственную програму в жизнь», а жизнь крутила дулю», «(...) *Азаров* нарешті провідав супермаркет і вийшов звідти задоволений (...). Таке враження, що *Янович* безнадійно застряг у 1980-х роках (...). Він знову не помітив зростання цін (...). Так і хочеться заволати: «Дарагой *Нікалай Янович!!!* Роззуйте очі! В якому світі ви живете? На якій планеті? Дайте і нам так пожити!» (Юзьо Обсерватор. Національні обсервації // П. – № 1 (72). – 2013. – С. 5). Пойменовані реалії не тільки дають поштовх для журналістського осмислення та переосмислення різних явищ життя, а й засвідчують їх оцінку. Пор. : «Але українці швидко отямляться, коли побачать, що *ахметови, фірташі, коломойські, боголюбови та пінчуки* купують черговий палац у *Лондоні* та крейсер у *Каннах*, а нардепи б'ють себе в груди на доморощених «свободних» телешоу» (У. т. – № 49 (266). – 2012. – С. 8); «Щоб люди не змогли поставити *Президентові* незручне запитання, працівники спецслужб перетворили телеміст «*Діалог з країною*» у спецоперацію «*Усім закрити рота*» (Е. – № 23 (6829). – 2013. – С. 1, 3); «*А Україна* – це *Британія навпаки*. *Камерон* хоче вийти з *ЄС*, а українці (...) ледь хочуть увійти, при кожному зручному випадку згадуючи євразійську альтернативу» (К. – № 4. – 2013. – С. 19).

Ураховуючи недругорядне місце онімії у вираженні різних складових внутрішнього і зовнішньо-

го планів медіатексту та відповідних його структур, пов'язаних з категоріям цілісності, зв'язності, членованості, лінійності, модальності, можна, як наслідок, додати до вже зазначеного і недругорядність оніма у забезпеченні переконливості, істинності та загалом вікинченості (довершеності) твору.

Оскільки змістове наповнення усякого медіатексту ситуативне, тобто тісно / прямо пов'язане з культурно-історичними, політико-економічними обставинами його творення та функціонування, то й пропріативи як виражально-зображальні засоби друкованого медіамовлення зумовлені і реальним підґрунтям твору, і авторським завданням. Тому зрозуміло є висока частотність у сучасних друкованих медіатворах індивідуальних окреслень (антропонімів, топонімів, прагматонімів, идеонімів тощо) актуальних денотатів політичної, економічної, культурної сфер соціуму. У зв'язку з цим, на нашу думку, справджується закономірність – те, наскільки активно залучаються позамовні об'єкти в сферу діяльності людини, як вони входять у коло її культурних інтересів, детермінує як саме присвоєння цим об'єктам власних назв (адже «культурна історія країни породжує культурні об'єкти та їхні імена» [10, с. 132]), так і частотність, специфіку застосування тих чи інших пропріальних засобів.

Як підсумок зауважимо: центральне місце оніма у системі виражально-зображальних засобів має об'єктивно-суб'єктивний характер. Реалізація потужного потенціалу пропріативів прямо залежить від автора як унікального індивіда. Медіатекст – це результат *його* мисленнєво-мовленнєвої діяльності, який відображає «відношення засобів вираження до того, що виражається», а «мова в усій сукупності своїх засобів скерована на те, щоб бути знаряддям передачі думки, почуття й волі і, отже, не може становити у відриві від того завдання, якому служить за самою своєю природою, жодної справжньої цінності» [1, с. 242].

Література

1. Булаховський Л. А. Нариси з загального мовознавства / Л. А. Булаховський. – К. : Радянська школа, 1955. – 248 с.
2. Вихованець І., Городенська К. Теоретична морфологія української мови : Академ. граматика укр. мови / Іван Вихованець, Катерина Городенська; За ред. І. Вихованця. – К. : Унів. вид-во «Пульсари», 2004. – 400 с.
3. Карпенко О. Ю. Проблематика когнітивної ономастики: [монографія] / О. Ю. Карпенко. – Одеса : Астропринт, 2006. – 325 с.
4. Карпенко О. Ю. Спільне і відмінне в асоціативному осмисленні різних розрядів онімів / О. Ю. Карпенко // Записки з ономастики = Opera in onomastica : збірник наукових праць. – Одеса : Астропринт, 2005. – Вип. 9 = Fascicullum 9. – С. 47 – 53.
5. Карпенко Ю. О., Мельник М. Р. Літературна ономастика Ліни Костенко: [монографія] / Ю. О. Карпенко., М. Р. Мельник. – Одеса : Астропринт, 2004. – 216 с.
6. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: [навч. посіб.] / І. М. Кочан. – К. : Знання, 2008. – 423 с.
7. Москаленко А. Теорія журналістики / Анатолій Москаленко. – К. : Експрес-об'ява, 1998. – 334 с.
8. Різун В. В. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В. В. Різун, А. І. Мамалига, М. Д. Феллер. – К. : РВЦ «Київський університет», 1998. – 336 с.
9. Солганик Г. Я. К определению понятия «текст» и «медиа́текст» / Г. Я. Солганик // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – № 2. – М., 2005. – С. 7 – 15.
10. Теория и методика ономастических исследований / [А. В. Суперанская, В. Э. Сталтмане, Н. В. Подольская, А. Х. Султанов]. – М. : Наука, 1986. – 256 с.

11. Українська мова: Енциклопедія / [редкол.: Русанівський В. М., Тараненко О. О. (співголови), Заблук М. П. та ін.]. – К. : Укр. енцикл., 2000. – 752 с.
12. Український правопис / [Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України; Інститут української мови НАН України]. – [стереотип. вид.]. – К. : Наукова думка, 2002. – 240 с.
13. Шульжук К. Ф. Синтаксис української мови: [підручник] / К. Ф. Шульжук. – К. : Академія, 2010. – 408 с. – (Серія «Альма-матер»).

Ярослава Шебештян
МЕСТО ОНИМА В СИСТЕМЕ ВЫРАЗИТЕЛЬНО-ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ
СРЕДСТВ ПЕЧАТНОЙ МЕДИАРЕЧИ

Аннотация. В статье охарактеризовано место онима в системе выразительно-изобразительных средств печатной медиаречи в связи с главными признаками и структурами текста.

Ключевые слова: медиатекст, признаки текста, оним, проприальные средства, система выразительно-изобразительных средств.

Yaroslava Shebeshtyan
THE PLACE OF ONYM IN THE SYSTEM OF EXPRESSIVE
AND DESCRIPTIVE MEANS OF THE PRINTED MEDIA LANGUAGE

Summary. The article characterizes the place of onym in the system of expressive and descriptive means of the printed media language in the connection to main features and structures of the text.

Key words: mediatext, main features, onym, proprial means, system of expressive and descriptive means.

*Стаття надійшла до редакції
22 квітня 2013 року*

Шебештян Ярослава Михайлівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики філологічного факультету УжНУ.