

## ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОНОМАЗАСОБІВ У МЕДІАТЕКСТІ

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Випуск 25.  
УДК 070. 41

Шебештян Я. Функціональний потенціал ономазасобів у медіатексті; 13 стор.; кількість бібліографічних джерел – 8; мова українська.

**Анотація.** У статті йдеться про функціональне навантаження пропріальної лексики у медіатексті. Проаналізовано окремі особливості вияву на рівні застосування ономазасобів номінативної, дейктичної, емоційно-експресивної, дескриптивної, ідеологічної, архітектонічної функцій, ролі в процесі вербальної об'єктивізації дійсності.

**Ключові слова:** онім, ономазасіб, медіатекст, архітектонічна функція, дейктична функція, дескриптивна функція, емоційно-експресивна функція, ідеологічна функція, номінативна функція, функція вербальної об'єктивізації дійсності.

З другої половини ХХ ст. спостерігаємо особливо бурхливий розвиток ономастики, своєрідний «ономастичний бум» [2, с. 8]. Стабільний системний інтерес викликає – і це цілком зрозуміло – ономастичний простір української мови в сегментах антропонімії та топонімії у реальній і літературно-художній сферах їхнього вияву. Дещо поза увагою дослідників, на нашу думку, залишається ономастика медіатексту, а ми переконані, що є всі підстави й потреба досліджувати її як специфічну сферу актуалізації власних найменувань. Тим більше, що онімний простір – це відкрита динамічна система, кількісне та якісне наповнення якої варто розглядати крізь призму функціонування окремих елементів у зв'язку з різними екстралінгвальними чинниками (час, простір, стан духовної та матеріальної культури тощо). Отже, вивчення проблеми типологічних і функціональних особливостей пропріальної лексики можна доповнити й аналізом специфіки онімів у медіатексті. А це, своєю чергою, сприятиме поглибленню методики лінгвістичного аналізу тексту саме в аспекті виявлення його структурно-сислової єдності та комунікативної спрямованості на рівні актуалізації ономазасобів у журналістському творі (деякі особливості застосування власних назв у художньому тексті враховані, зокрема, в посібнику І. М. Кочан [3, с. 85 – 101]).

Опрацювання інвентарю фактів, вилученого з творів таких українських періодичних видань, як «Дзеркало тижня» (далі – Дз. т.), «Експрес» (далі – Е.), «Post Поступ» (далі – П.), «Український тиждень» (далі – Т.), дозволяє нам висловити судження про *поліфункціональність* пропріальних одиниць у медіатексті, хоча за точним спостереженням Ю. О. Карпенка, виконання «мало не всіх функцій одразу» не тільки суперечить «класифікаторській логіці», а й «становить певну трудність для дослідників» [2, с. 200]. Функціональне навантаження онімів, безперечно, зумовлене як природою індивідуальних найменувань, специфікою їх складу та структури (належність до відповідного розряду, кількість компонентів, зв'язок з етимологом тощо), так і особливостями самого тексту (предмет мовлення, обставини творення й сприймання, авторська інтерпретація дійсності тощо).

В аспекті функціонування принциповим і концептуальним для нас є визначення статусу медійних онімів у онімній системі загалом. Переконані, що тут можна говорити про *проміжний статус*, тобто про балансування на межі реальних і літературно-художніх сфер репрезентації пропріативів і, можливо, про вияв у медіамовленні взаємодії та синтезу ресурсів літературної та реальної ономастики. Останнє стосується не стільки фразеологізованих найменувань на зразок *альфонс*, *донжуан*, *ловелас*, *робінзон*, скільки одиниць, які, зберігаючи свій літературно-художній сенс, у процесі майстерного обігрування авторами набувають у відповідному контексті публіцистичного світоглядного значення (а «світоглядна журналістика» передбачає аристократизм думки, «шляхетність мотивації публікацій», «бажання виявити істину, а не тільки виправдати своє переконання» тощо [4, с. 6 – 7]). Вдале поєднання за допомогою пропріальних одиниць ірреального (літературно-художнього) простору з реальним є ефективним засобом авторської думки та ознакою журналістської майстерності. Пор.: «На зло *Дон Кіхоту*. Вітряки стали головним джерелом електроенергії в *Іспанії*» (Е. – № 37 (5688). – 2011. – С. 8); «позитивний у Квітчиному письмі *денищик Шельменко* став ніби «бубновим тузом» на спині, що з ним пройшла *Україна* через віки», «В інших народів мати в анналах історії літератури не сатиру, а позитивний тип *Шельменка-денищика* вважалось би за *національну ганьбу*, але у нас... у нас – ні», «Бо що таке *Шельменко?* (...) це *вічний хахол. Шельменкіяда* – це аполוגія *вихолощеного малоросіяництва* (...), «час уже раз і назавжди «угробить» цього *сугестивного Шельменка*» (Б. Антоненко-Давидович. Воскресіння Шельменка // П. – № 1 (52). – 2011. – С. 11); «Казка не дає точних координат, тільки натякає: за високими горами, за глибокими морями, там, де проживають найвродливіші жінки-*василіси*, найбридкіші *змії-гориничі* (...). Царство сеє (...) лежить по ту сторону межі, воно по-той-бічне. А той інший бік (...) є *Смерть./ Іванко* вирушає у подорож, зустрічає *Бабу- Ягу* в ролі митника з хатинкою на курячих ніжках замість КПП, мінає таємничий ліс (...). Дивина та й годі – смерть, якої всі цураються-жахаються, стає тим

джерелом, звідки *іванки-дурники* «дивнії перли виносять», бо «не бояться пірнати аж до дна» (...) / *Ось і Аїд* (...) / *І той, хто «був розп'ятий за Понтія Пилата», взяв та й воскрес, а ще (...) обіцяв «живот вічний дарувати». Оце так воістину царський подарунок від Царя Світу. (...) / Закінчившись, життя повертається туди, звідки прийшло, бо куди ще воно може піти? (...) Бо якби життя було ціннішим, Христос би не зробив того, що зробив, а заживав би оксиданти у спробі прожити якомога довше (...) То, може, варто ризикнути... і замість того, щоб розпинати себе між *Еросом* і *Танатосом*, взяти і переглянути власні відносини зі смертю (...) / І тоді, можливо, вам поталанить віднайти свою дорогу до свого *тридцятого царства* – туди, звідки прилітають *жар-птиці* (...)» (Я. Дучинська. Смертю смерть поправ // П. – № 3 (54). – 2011. – С. 14).*

З одного боку, тісний зв'язок медіатексту з реальністю, прагнення максимально об'єктивно та повно відтворити дійсність зумовлює наближеність (подібність за складом і структурою) пропріальних одиниць медіатексту до реальних: цілком закономірною та очікуваною є виявлена нами значна кількість (не менше 80 %) власних найменувань, що входять у реальний ономастикон і як одиниці мови є складовим *антропонімії*, *зоонімії*, *космонімії*, *топонімії*, *хремадонімії*, *хронімії* тощо.

З іншого боку, реалізація журналістського завдання – відтворення у медіатексті певного фрагмента буття, хоч і зі свідомою настановою об'єктивності, – можлива виключно через авторську інтерпретацію, яка апіорі завжди суб'єктивна (автор як унікальна людина, індивідуум, світлогляд якого формується під впливом багатьох чинників, не може абсолютно абстрагуватися від власної особистості, тому все розглядає виключно крізь призму свого «я» – дійсність об'єктивна, а підхід суб'єктивно-об'єктивний), а це, на нашу думку, зумовлює наближеність за потенціалом медійних онімів до літературно-художніх. Так, крім прямих літературно-художніх відповідників на зразок *Пан Коцький*, *Солом'яний Бичок* (П. – № 1 (52). – 2011. – С. 13), *Шельменко* (П. – № 1 (52). – 2011. – С. 11), у медіатекстах трапляються виразні факти мовлення, що віддзеркалюють авторське світобачення: *Азарич*, *Нікалай Азаров*, *Бааальшая Атечественная*, (вона ж – *БА*) (П. – № 1 (52). – 2011. – С. 3), *Ахметзаде*, *Азаров Капустянський* (П. – № 4 (55). – 2011. – С. 3), *Ніколянович* (П. – № 3 (54). – 2011. – С. 2), *Янук* (П. – № 1 (52) – 2011. – С. 7), «*ПР* – те саме, що *ПРГ* – *Партія Республіки Гондурас*» (П. – № 1 (52) – 2011. – С. 15), *президентська «Дума про корупцію»* (П. – № 4 (55). – 2011. – С. 6), *Фельдик* (П. – № 3 (54). – 2011. – С. 4).

Функціональний потенціал онімів у медіатексті, отже, виявляється в синтезі можливостей реального і літературно-художнього ономастиконів, усі елементи яких можуть вводитися в текст як у первинному, так і в трансформованому вигляді (тут важливо звертати особливу увагу, як образно і точно зазначив М. М. Торчинський, «на «поведінку» елементів мови у різних мовленнєвих ситуаціях» [7, с. 5]).

1. *Номінативну роль* розглядаємо як основу, ключ до розкриття всього виражального потенціалу власних найменувань, які «не будучи носіями понять, включають їх у свою семантичну структуру, утримують на рівні сем» [1, с. 79]. Номінативне значення забезпечує актуалізацію усіх інших функцій пропріатива у журналістському творі, оскільки підґрунтям перцепції змісту тексту в цілому є чітка ідентифікація та диференціація читачем співвіднесеності пропріальної одиниці (біонім / абіонім) з найменованим об'єктом (жива / нежива сфера). Пор.: «Інтронізацію нового *Глави УГКЦ* сьогодні обговорюють не лише в *Україні*, а й у світі. Це велика подія. *Андрей Шептицький*, *Йосиф Сліпий*, *Мирослав Іван Любачівський*, *Любомир Гузар*... Ці великі імена золотом викарбувано не просто на скрижальях нашої історії, а в серцях українців» (Е. – № 34 (5677). – 2011. – С. 1), «*Івасик-Телесик*, недільні проповіді з *Ватикану*, воєнрук, бабчині мережані рукавички – так дитина крок за кроком вибудовує свої стосунки з небуттям», «Та і вся історія людства – це історія з могил: піраміди *Гізи*, індійський *Тадж-Махал*, теракотова армія китайських імператорів (...). А єгипетська *Книга мертвих*, тибетська *Бардо Тходрол* (...)» (П. – № 3 (54). – 2011. – С. 14); «Контраверсійні думки зі своєї книги *«Ісус з Назарета» Бенедикт XVI*» оприлюднив минулого тижня» (Е. – № 25 (5643). – 2011. – С. 1).

2. Переважно у зв'язку з граматичною категорією роду та поняттями соціального статусу, етнокультурної належності, що виявляються, звичайно, найяскравіше у складі антропонімів, втілюється *дейктична функція* аналізованих одиниць. Пропріативи не тільки за рахунок відповідної граматичної форми і належності до традиційного іменника можуть вказувати на гендерні ознаки денотата (*Віктор*, *Микола*, *Юлія*), його вікові особливості (дорослість / недорослість) (*Оленка*, *Сашко*, *Христинка*), етнокультурне походження (*Ів Сен-Лоран*, *Конрад Аденауер*, *Леонардо да Вінчі*, *Сільвіо Берлусконі*, *Жак Ширак*), а й за допомогою апелювативних індикаторів фіксувати відповідний соціальний статус, професію, родинні зв'язки (*екс-мер Микола Федорук*, *дружина депутата пані Керницька*, *міністр юстиції Олександр Лавринович*, *народна артистка України Тамара Яценко*, *пенсіонер Джозеф Капп*, *письменник Андрій Кокотюха*). Роль подібних одиниць ускладнюється внаслідок формуванням латентного змісту (асоціації, натяки, іронія тощо): *лідер кримської «казачьей общини» «Соболь» Віталій Храмов* (П. – № 2 (53). – 2011. – С. 4), *народний артист Партії регіонів Вова Грішко* (П. – № 2 (53). – 2011. – С. 4), *письменник Толстоухов* (П. – № 1 (52). – 2011. – С. 12), *сирітка Вітя* (П. – № 2 (53). – 2011. – С. 3).

Дейктична роль ономазасобів у медіатексті позначена комплексністю, тобто одночасним виявом кількох вказівок (людина, стать, етнічна належність, статус тощо). Пор.: «У цій процесії особлива роль відведена *Хоакіну Наварро-Вальсу* і *кардиналу Станіславу Дзівішу*, які тісно співпрацювали з *понтіфіком Папою Іваном Павлом II*, а також *сестри*

Марі Сімон-П'єр, чие чудесне зцілення відкрило шлях беатифікації» (Е. – № 40 (5699) – 2011. – С.8). На основі усвідомлення взаємодії номінативного та дейктичного значень онімів деякі автори медіатекстів вдало вибудовують зміст окремого судження чи всього твору. Як-от: «Він – Герой України (...). Його прізвище не Ахметов. Його прізвище – Возницький. Знайомтесь – Борис Возницький, директор Державної картинної галереї» (Е. – № 40 (5699) – 2011. – С.10); «Галушка (справжнє прізвище співачки Віри Брежнєвої – Я.Ш.) (...), очевидно, найщиріша українка. Правда, мені важко уявити собі, скажімо співачку з Франції, яка б поміняла своє милозвучне французьке ім'я *ле Галуш* на *Герінг* чи *Геббельс*. (...) саме *Галушка-Брежнєва* буде представляти титульну націю. Тилом українка, душею – малороска. (...) ця щира *галушка* вийшла заміж не за *Буряка* чи *Будяка* (...)» (П. – № 3 (54) – 2011. – С.3).

У зв'язку з номінативним і дейктичним навантаженням онімів не можна залишити поза увагою питання структури застосовуваних найменувань. Природа медіатексту, крім усього іншого, зумовлює тяжіння до компресії, економії мовленнєвих засобів, тому закономірною та передбачуваною є тенденція актуалізації одно- і двокомпонентних імен (*Кадафі / Муамар Кадафі, Штати, США / Сполучені Штати*, зрідка – *Сполучені Штати Америки; Швейцарія*, зрідка – *Швейцарська Конфедерація; Юценко / Віктор Юценко*, зрідка – *Віктор Андрійович Юценко*), хоча для конкретизації змісту в текст іноді вводяться й більш ніж двокомпонентні онімоформули (*Арабська Республіка Єгипет, Велика Соціалістична Народна Лівійська Арабська Джамахірія, Муамар бен Мухамед Абу Меньяр Абдель Салям бен Хамід аль-Кадафі* – повне ім'я *Муамара Кадафі*). Багатокомпонентні найменування – часто це антропонімоформули «ім'я + ім'я по батькові», «ім'я + ім'я по батькові + прізвище» – надають тексту офіційно-ділового звучання, а у випадках, коли втілюють перебільшено чи підкреслено шанобливе ставлення, – скептичного, іронічного. Пор.: «На ім'я *Ганни Сергійовни Тігітко* зареєстровано «*Мерседес-Бенц SL 550*». (...) його ціна в *Україні* – понад 160 тисяч доларів. (...) попри те, що у 2009 році експерти оцінили статки нинішнього міністра соціалістики в 616,2 мільйона доларів *США*, *Сергій Леонідович* не знайшов 250 тисяч гривень до державної скарбниці за розмитнення автомобіля своєї доці» (Е. – № 20 (5622). – 2011. – С.1).

3. Пропріальні одиниці мають потужний виражальний потенціал. Крім того, що на тлі апелятивів вони завжди привертають особливу увагу реципієнта, оніми служать засобами суб'єктивного емоційного увиразнення висловлювання, а тому, вважаємо, здатні виконувати роль емоційно-експресивних засобів у медіатексті. Вияв почуттєвого сприймання дійсності у журналістському творі стосується людини та її дій (зміст, обставини, наслідки і т.д.). Відповідно, інгерентне емоційно-експресивне значення актуалізується, перш за все, на рівні антропонімів, особливо квалітативів і гіпокористиків, часто у зв'язку з негативною оцінкою українського політикуму (*Вітюня, Гандзуня, Ганя,*

*Ганця, Діма, Льоня, Юлька, Юрік, Юрко* та ін.). Адгерентного значення оніми набувають за рахунок відповідного контексту. Наприклад, промовистими та прозорими щодо авторського ставлення видаються нам такі паралелі, як *Великоросія – Малоросія – Чорноросія (Африка), Гітлер – Беніто Муссоліні – Сталін, послання Цезаря до філістимлян – президентська «Дума про корупцію» – слова нашого Бояна, Тігітко – Колумб, Україна – Гондурас, Цицерон – Четов*.

У медіатексті можливе обігрування не тільки асоціативних полів онімів, а й їхньої фонетичної структури: «*Ангола – не Англія, Росія – не Русь*» (Олексій Сокирко. Не Росія // Т. – № 17 (182). – 2011. – С.12); «*Єлена Бандаренка* теж поквапилася блиснути інтелектом у *Шустера* і потрясла аудиторію словами: «Я могу с вами говорить часами о *Манчини*, но не факт, что кому-то из присутствующих *Манчини* нравится... Поэтому давайте не навязывать свои музыкальные вкусы всем остальным». Важко уявити собі кількогодінну дискусію щодо творчості *Генрі Манчіні*, бо це ж усе-таки не *Пучіні, не Пічіні, не Паганіні, не Беліні, не Камбіні і не Керубіні*. Це автор музики для фільмів і мультків, зокрема й для «*Рожевої Пантери*». І якщо хтось хоче, аби його вважали за інтелектуала, то назвав би якийсь інше прізвище» (Юрій Винничук. «Лучше нас называть дебилами (...)» // П. – № 3 (54). – 2011. – С. 5). Застосування онімних засобів, котрі втілюють негативні емоції, зумовлене критичним ставленням до аналізованих реалій і негативною (несхвальною) їх оцінкою.

4. *Дескриптивне навантаження* власних назв ґрунтується на доонімному значенні та, відповідно, простежується у випадках, коли в тексті зберігається (усвідомлюється, переосмислюється) зв'язок з етимологом, як-от: «*Американка на ім'я Бетті Істер («Великдень» з англійської)* напередодні *Пасхи* виграла у лотерею мільйон доларів» (Е. – № 45 (5715). – 2011. – С.1). Більш переконливо ілюстрацією цього твердження може стати максимально можливий тут (у форматі статті) контекст: «Сто тисяч доларів отримали творці символів бренду «*Україна*» (...). Можна уявити собі, як мучилися вони, у поті чола працюючи над образами *пуголовків Спритка і Гарнюні!* (...) «Він – активний і сміливий, вона – красива та незалежна,» – радісно повідомляють у МЗС. (...) Кого вони нагадують? А-а, героїв мультика «*У пошуках Немо*». Такі ж *риб'ячі* (очі – Я. Ш.). Можливо, це тому, що зображені «*риб'ята*». (...) Але мене хвилюють імена. Можна сказати – навіть тихо збуджують. *Гарнюня і Спритко. Спритко і Гарнюня*. А чи задумалися творці цих *незабутніх імен* над тим, як вони зазвучать в устах туристів з-за кордону? (...) Який сенс було закладати у ці імена поняття «*гарна*» і «*спритний*», якщо вони й так нічого іноземцеві не скажуть? Уже краще було б вдатися до казкових героїв. Замість *Спритка – Котигорошко*... А ще була така гарна пара з дитячої літератури, як *Барвінок* та *Ромашка*. (...) щоб створити образ, який би асоціювався з *Україною*, треба бодай бути українцем,

жити Україною і любити її. А якщо це доручити якимось бенкендорфам-арфушам, то нічого іншого, крім цих *почвар*, вони й не вигадують (...» (Юзьо Обсерватор «Шизуха косить наші ряди // П. – № 3 (54). – 2011. – С. 3).

У зв'язку з поданим фрагментом зауважимо, хоча сама категорія множини (реальна і граматична) суперечить природі оніма – індивідуального, одиничного найменування, – власні назви у формі множини (*бенкендорфи-арфуші*), набуваючи у медіатексті сенсу апелювативів, саме завдяки пропріальному значенню фігурують як засоби увиразнення та узагальнення. Пор. ще: «*Ахметови, Фірташі, Колеснікови* та інші є капіталістами, то навіщо вимахують червоним прапором?» (Т. – № 17 (182). – 2011. – С. 18), «у наших пенатах, де політична доцільність та політична корупція протрималися і при *Леонідах*, і при *Вікторах*, покарання *Лозінського* і *Бойчука* є поодиноким виявом справедливості» (Т. – № 17 (182). – 2011. – С. 22), «заколосяли *навліки морозови*» (П. – № 3 (54). – 2011. – С. 6).

Дескриптивна функція пропріативів актуалізується у зв'язку з явищем *одноіменності*. У медіатекстах послідовність кореляції «один денотат – одне ім'я» порушують типові для журналістського твору перифрастичні зв'язки, за рахунок яких, здається, маємо й антиномію – одночасний вияв прагнення максимальної об'єктивності і свідомої суб'єктивізації змісту повідомлюваного. Високу частотність, звичайно, демонструють узуальні сполуки, що входять у стереотипний словник журналіста, на кшталт *Вічне місто; Зелений континент; Країна Сонця, що сходить; Туманний Альбїон*. А такі одиниці, як *Залізна леді (Маргарет Тетчер, Юлія Тимошенко)*, ілюструють і вияв *тезоіменності* – явища не дуже поширеного в медіатекстотворенні і, на наш погляд, переважно небажаного (призводить до двозначності, плутанини) у журналістському мовленні. Серед мотиваційних стимулів застосування різних найменувань одного й того ж денотата, тобто *одноіменності*, – авторське бажання увиразнити зміст, урізноманітнити, орнаментувати мовлення (естетичні стилістичні міркування). Пор.: *Білорусь, Республіка Білорусь, Земля Саннікова* (острів-привид у Північному Льодовитому океані) (Дз. т. – № 16. – 2011. – С. 3); *Росія, РФ, атомний криголам під назвою «Росія»; Східна Європа, «молодиша Європа»* (Т. – № 17 (182). – 2011. – С. 15); *Сиваш, Гниле море* (Т. – № 17 (182). – 2011. – С. 48); *Гайдамацький полк, «новітні запорожці»* (Т. – № 17 (182). – 2011. – С. 49-50). У більш широкому сенсі дескриптивна роль онімів реалізується також і на основі метонімії (типовими одиницями зі значенням уряд/влада певної держави є, напр., *Білий дім, Вашингтон; Білокам'яна, Кремль; Брюссель; Пекін* та ін.). У медіатексті, отже, взаємодіють узуальні та оказіональні дескриптивні ономазасоби.

5. Не можна, вважаємо, заперечувати й *ідеологічну функцію* у сфері медіатекстової онімії. Однак підкреслимо, що тут ця роль лише частково збігається з такою ж у реальній онімії. На думку

В. А. Никонова, висловлену щодо антропоніміки, цю роль відіграють імена зі значеннями побажань, заклинань, посвят, а те, що «ім'я може й не мати її (ідеологічної функції – Я. Ш.), але вона трапляється набагато частіше, ніж це помічають; адже вибір імені майже завжди продиктований поглядами і смаками (не завжди свідомо)» [5, с. 247], виявляється у медіатексті на рівні функціонування оказіональних найменувань і тих узуальних одиниць, котрі служать для мовленнєвого втілення авторських ціннісно-світоглядних позицій, ідеологічних уподобань і політичного ідеалу, ідеолого-політичних стереотипів («шаблони, схеми сусп. свідомості, на основі яких людина визначає пріоритети мислення і діяльності» [6, с. 227]).

Ілюстрації (а їх перелік можна продовжувати), подані у зв'язку з аналізом інших функцій, не залишають сумнівів щодо світоглядних позицій, політичних, ідеологічних переконань, таких авторів, як Юрій Винничук, Ярка Дучинська, Ігор Лосєв, Юрій Макаров, Сергій Рахманін, Олексій Сокирко та ін. Однак зауважимо, що попри переважно вдалі приклади ономастичності й ономазастосування, деякі, хоч і виразні та промовисті з погляду ідеологічного навантаження одиниці, можливо, не зовсім відповідають мовностилістичній традиції масової комунікації, пор.: «*Гівняна баляда про країну Гондурас*» (П. – № 1 (52). – 2011. – С. 15), «*Сержант, фельдмаршал, президент. Присвячується Ганці Хервам і її хазяїну*» (П. – № 2 (53). – 2011. – С. 10).

6. Ономастичні ресурси, отже, як суттєва складова комунікативного коду журналіста, крім виражальних *змістових* та *орнаментальних функцій*, служать засобами когезії (текстового зв'язку в ближчій перспективі, лінійно, і дистантно, на рівні «вертикального» контексту; стильової гармонізації, узгодження фрагментів тощо), а тому виконують *текстові*рну, а в ширшому сенсі – *архітектонічну функцію* (беремо до уваги роль пропріативів у побудові всього журналістського твору – заголовок, авторські та перцептивні варіанти його структур: тематичної, фактологічної, інформаційної, емоційної, комунікативної та ін.). Усе це, зрозуміло, потребує докладного лінгвістичного аналізу й обґрунтування, тим більше, що в сучасній масовій комунікації функціонують цілі конгломерати власних найменувань (чи можна взагалі визначити їх кількість?!). Вони здатні виконувати різноманітні функції, реалізацію яких, однак, забезпечує своєрідна константа, стабільна основа – три плани значень: *доонімне* (етимологічне), *онімне*, *відонімне*.

7. І насамкінець. Висловимо ще одне міркування щодо потенціалу пропріальних одиниць у журналістському мовленні. Є всі підстави до вже виділених функцій долучити й роль онімів у забезпеченні зв'язку «зміст тексту – позамовні реалії», яку пропонуємо окреслити терміносполученням *функція вербальної об'єктивізації дійсності*: оніми – це майже те єдине, що надає медіатексту конкретики, переводить його з площини абстракцій у площину мовленнєвого відображення конкретного

реального фрагмента дійсності, тобто забезпечує правдоподібність, достовірність словесного відтворення буття та істинність інформації (пошук істини,

переконані, є надзавданням журналіста, а істина, знаємо, завжди конкретна, бо «абстрактної істини не може бути» [8, с. 241]).

#### Література

1. Карпенко Ю. О. Власні назви / Ю. О. Карпенко // «Українська мова». Енциклопедія. – К.: «Укр. енциклопедія», 2000. – 752 с.
2. Карпенко Ю. О., Мельник М. Р. Літературна ономастика Ліни Костенко: монографія / Ю.О. Карпенко, М. Р. Мельник. – Одеса: Астропринт, 2004. – 216 с.
3. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту: [навч. посіб.] / І. М. Кочан. – К.: Знання, 2008. – 423 с.
4. Лось Й. Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: [навч. посіб. У 2 ч. – Ч.1] / Йосип Лось. – Львів: ПАІС, 2008. – 376 с.
5. Никонов В. А. Имя и общество / В. А. Никонов. – М.: Наука, 1974. – 278 с.
6. Політологічний енциклопедичний словник / [за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка]. – К.: Генеза, 2004. – 736 с.
7. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови: Монографія / М. М. Торчинський. – Хмельницький: Авіст, 2008. – 548 с.
8. Філософія: [навч. посіб.] / Л. В. Губерський, І. Ф. Надольний, В. П. Андрущенко та ін. – К.: Вікар, 2006. – 534 с.

Ярослава Шебештян

#### ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОНОМАСРЕДСТВ В МЕДИАТЕКСТЕ

**Аннотация.** В статье идёт речь о функциональной специфике проприальной лексики в медиатексте. Проанализированы отдельные особенности номинативной, дейктической, эмоционально-экспрессивной, дескриптивной, идеологической, архитектурической функций, роли онимов в процессе вербальной объективизации действительности.

**Ключевые слова:** оним, ономасредство, медиатекст, архитектурическая функция, дейктическая функция, дескриптивная функция, эмоционально-экспрессивная функция, идеологическая функция, номинативная функция, функция вербальной объективизации действительности.

Yaroslava Shebeshtyan

#### FUNCTIONAL POTENTIAL OF PERSONAL NAMES IN MEDIATEXT

**Resume.** This article describes the functional specification of the propriial lexicon in the mediatext. Individual features of the nominative, deictic, emotional-expressive, descriptive, ideological, architectonic functions were analyzed, as well as the role of resources of personal names (“onims”) in the process of verbal objectification of reality.

**Key words:** personal names, resources of personal names, mediatext, architectonic function, deictic function, emotional-expressive function, descriptive function, ideologic function, nominative function, function of verbal objectification of reality.

**Шебештян Ярослава Михайлівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Ужгородського національного університету.