

Надежда Иванова (Горловка, Украина)

СЕМАНТИЧЕСКАЯ ЕМКОСТЬ ОНИМОВ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Совершенно неоспоримо, что специфика употребления различных лексических и грамматических категорий в публицистике определяется единством информационной и воздействующей функций этого жанра. Поэтому привлечение в публицистические тексты языковых элементов, выходящих за рамки нейтрального семантического поля, – вполне понятное и естественное положение. На этой особенности языка публицистики акцентировал внимание В. Г. Костомаров: “В условиях газетной коммуникации одна рационализация и тяготение к стандарту не могут обеспечить процесса коммуникации и неизбежно уравновешиваются в органичном единстве стремления к экспрессии” [3, с. 30].

Новый, функционально-стилистический подход к изучению языка публицистики открыли работы Г. О. Винокура. Но если он трактует язык газеты как средство с преимущественной установкой на передачу информации, то исследователи, шедшие за ним и развившие его идеи, обратили внимание и на другие аспекты. Достойное место в разработке системы исследования языковых средств, создающих особенность публицистического стиля и его жанров, занимают работы В. Г. Костомарова, Г. Я. Солганика, Т. М. Дридзе, А. Н. Васильевой, В. В. Ученовой, В. Г. Усова.

Некоторые трудности изучения языка современной публицистики создает то обстоятельство, что публицистический стиль, традиционно считавшийся одной из замкнутых систем, на современном этапе не является столь замкнутым. Можно объяснить это активно развивающейся тенденцией жанровых трансформаций в данной микроструктуре, в которой варьируется соотношение рационально-логических и эмоционально-риторических речевых приемов. Во многих газетных материалах заметно соединение элементов репортажа, комментария,

интервью, информации. Такое взаимопроникновение жанров не может не отражаться на общем стиле публикаций. Причиной таких изменений является стремление удержать внимание читателя, что возможно лишь с привлечением языковых элементов, обладающих определенной воздействующей силой; стилистически нейтральная безличная форма повествования не справится с этой задачей. Безусловно, в каждом типе газеты (журнала) проявляются общие языковые принципы публицистического стиля, но дозы и пропорции экспрессии и стандарта, мера интенсивности и качество оценки будут разными. Установка на экспрессию в публицистике мотивирована уже самой целью воздействия на читательские массы через сознательный отбор стилистических средств. Исследованию языковых элементов-доминант, которые (конечно, вместе с другими средствами) формируют специфику и уникальность современной публицистики, и посвящена предлагаемая статья. Такой значимой единицей являются собственные имена и их образования.

Результаты исследования считаем необходимым предварить несколькими замечаниями. Материалом анализа служили публикации не с хроникальной информацией, в которых уместно использование онимов лишь в одной функции – фактуальной номинации, что не позволяет им показать свой семантический потенциал, а лишь предоставляет условия действовать как одному из регламентированных, стандартизованных элементов языковой структуры. Выбор публикаций был обусловлен и доступностью материала, который должен отражать ориентацию на нейтральную читательскую аудиторию и некоторые языковые особенности своего типа издания. Целью данных заметок не является исследование проблем связанности онимов с типоформирующими факторами издания, степени эффективности онимов, их воздействия на социальные нормы и установки общения и т. п., – все это вопросы, требующие обстоятельного и длительного изучения. Поставлены же более конкретные, но не менее актуальные, следующие задачи: проследить поведение онимов и их образований в рамках текста, ограниченного и вербально, и временем своего бытия, функционирования, отметить их особенности в этих условиях и возможные перспективы изучения сигнификации онимов.

Объектом исследования стали так называемые прецедентные имена. Ю. Н. Караулов их обозначает как “(1) значимые для той или иной

личности в познавательном и эмоциональном отношениях, (2) имеющие сверхличностный характер, т.е. хорошо известные и широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, и, наконец, такие (3), обращение с которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности” [2, с. 216]. Поэтому отбирались собственные имена, во-первых, знакомые любому среднему члену лингво-культурного сообщества, инвариант восприятия которых входит в когнитивную базу, а во-вторых, обладающие коннотативным значением. При множестве известных в современной лингвистике определений коннотации наиболее емким и прозрачным, не требующим дополнительных комментариев представляется его обозначение как устойчивых признаков выражаемого лексемой понятия, “которые воплощают принятую в данном языковом коллективе оценку соответствующего предмета или факта действительности” [2, с. 159].

Прецедентные онимы в публицистическом пространстве проявляют себя как компоненты в некотором роде спонтанные, не обеспеченные предварительным текстом и не подготовленные к своему появлению другими языковыми элементами (например: “*Себя Георгий Францевич Милляр называл **Стариком Похабычем**, а вот окружающим обидных кличек не давал*” (Бульвар, 2003, № 45, с. 13). Интенсификация ими коннотативных сем во многом обусловлена экспликацией культурных установок, выражающих определенную актуализированную аксиологию. Базу, возможности для этого представляет само публицистическое поле с его специфичными свойствами концентрировать содержание и некую идею, замысел в речевой **мини**структуре.

Эта особенность, проявляющаяся в текстах, неизбежно коротких по причине требований жанра, из языковых ресурсов привлекает такие средства, которые помогли бы автору осуществить сразу несколько задач: 1) передать максимум информации; 2) информация это должна быть представлена в предельно доходчивой форме; 3) актуализировать некую часть сообщения; 4) так как актуализация часто стимулирует оценочность, – возникает задача точного и тонкого выбора маркированных (эмоциональных, экспрессивных и т.д.) конструкций; 5) за счет повышения семантической емкости этих конструкций решается задача (часто являющаяся основной в некоторых публицистических заметках) типизации; 6) она, в свою очередь, может служить основой, базой для реализации семантики самого высокого уровня (если иметь

в виду парадигму значений некоторой лингвистической единицы в аспекте проявления ею дополнительных, знаковых смыслов) – символизации. При этом, какой бы ни была тема и жанр публицистического текста, он всегда конкретен и фактуален. Недосказанность, недоговоренность, загадочная неопределенность, – все то, что является сутью и, может быть, наиболее привлекаемым в лирике (к тому же и легко находящим средства выражения в языке как лексическими возможностями, так и грамматическими), принципиально недопустимо в публицистике. Очерк, статья, заметка всегда посвящены конкретному событию или персонажу, и потому домыслы и предположения нежелательны, а открытое выражение субъективного авторского мнения возможно лишь в исключительных случаях.

Столь строгие рамки для публицистического текста, казалось бы, создают все условия для невозможности выполнения еще одной задачи публицистики, едва ли не основной (особенно в современных условиях функционирования средств массовой информации), требующей формирования определенного общественного мнения и психологического влияния на читателя.

Однако в системе языка всегда найдутся конструкции, способные быть реализаторами и конкретного смысла (формальная лексическая номинация), и особой смысловой мотивированности (номинация, уже осложненная свойствами номинируемых объектов). Одними из таких языковых элементов являются онимные слова. Обозначение «онимные слова» позволяет расширить круг лексики, традиционно считающейся онимной. В него могут входить не только собственно *ponen prorgia*, но и онимные образования, до сих пор не приобретшие самостоятельного статуса в лексической системе. Такие, как *шварценеггеровидный человек* (В. Аксенов. Негатив положительного героя), или известное *разгончаровался* из письма П. Вяземского жене: «Я боюсь, чтобы в Петербурге Пушкин не *разгончаровался*: не то, что влюбится в другую, а зашалится, замотается», или окказиональные образования: «Коротич: Я, в отличие от других писателей, веду целомудренный образ жизни и всегда выбираю узкие подоконники. Евтушенко: чтобы не было искушения? Коротич: чтобы не было *евтушения*» (Бульвар, 2003, №24, с. 3); в заголовке серии публикаций Юрия Ростя – «Свободное *ПРОСТранство*» (Новая газета, 2004, №49, с. 20).

Онимные образования значимы в любом тексте, но в публицистике их функции становятся более емкими, четкими, а семантика – жестче, потому что они вынуждены реализовывать себя в особых условиях компрессии публицистического текста. При этом, собственные имена участвуют в семантической организации текста, относя сам текст к затекстовому континууму (или реальности), которая и детерминирует его смысловую определенность. В изложении и понимании текста собственное имя является тем кодовым наименованием, которое, опираясь на интересубъективное восприятие информации, создает соответствие между замыслом автора и представлениями читателя. Глубинный смысл собственного имени, который лежит в основе любого онимного образования, раскрывается в лексической единице адгерентно, но само слово становится уже некоторым самостоятельным материальным знаком. “Если под материальностью мира понимать его принадлежность к объективной реальности, то материальным должен считаться не только физический, но и семиотический мир. . . Специфика семиотического мира заключается в том, что он генетически является продуктом человеческого сознания, а онтологически он независим от человеческого сознания” [5, с. 130]. Семантизация собственного имени происходит иногда столь активно и имя вследствие этого становится настолько самодостаточной языковой единицей, что оно допускает максимальную вариативность в плане выражения. Вот почему онимные слова, графически обозначенные как апеллятивы, несут на себе вечный отпечаток онима; это, по сути, онимы и есть, лишь в своих вариативных представлениях. Но что является еще более существенным, так это то, что такие новообразования усиливают проявления некоторых конносем в несколько раз. При этом, существенное значение имеет и то, что в публицистических материалах является нормой использование речевых приемов, привлекающих внимание читателя занимательностью не только содержания, но и формы. Подтверждением этого являются многие публикации, в качестве примера можно привести следующие отрывки: *«Мне всю жизнь хотелось сыграть Шарлотту в “Вишневом саде”.* Так и не довелось. Я смотрю на себя в те первые мои годы в Москве как будто со стороны – Шарлотта из Майкопа. Я думаю, что Шарлотта – это в молодости, это по бездомности. Мне удалось не стать приживалкой и пройти **шарлоттство**, все-таки сохранив себя, свой характер и независимость. Я очень трудно приживалась в

Москве. Я настолько зашарлоттилась, что чувствовала себя бедной родственницей – у Москвы, у театра юного зрителя, у своих друзей, у своих ролей...» (Л. Ахеджакова // АРТ-мозаика, 2002, № 19, с. 6); *«Теперь есть что почитать и нам – недавно вышел “Шендерович в трех томах”. А там полным-полно “шендеризмов”»* (Бульвар, 2003, № 49, с. 6); *“Сегодня в Москве царит настоящая сердючкомания”* (Бульвар, 2003, № 44, с. 3); *«Мы становимся теленацией. Как я могу быть сопричастен к тому, что делает Путин? Могу только пойти и включить телевизор. Значит, я наблюдаю только телепрезидента. У меня никакого другого президента нет. У меня есть только Телепутин. И так у каждого из нас»* (С. Доренко// Московские новости, 2004, №25, с.6).

Признаковость подобных онимных образований обусловлена неразрывной генетической связью имени денотата с особыми качествами денотата. Но более важным представляется другое. Особенностью этих лексических единиц является то, что они заключают в себе и отражение их восприятия носителями языка. Причем, отражение мгновенное, почти совпадающее с моментом речи, не успевшее еще, в силу кратковременности употребления, обрести новыми смыслами и закрепиться в языке. Безусловно, этому способствует и некоторая окказиональность таких ономообразований, но, пожалуй, основная причина их появления – в специфике самого публицистического текста: быстрое реагирование и реакция на события, некоторые ситуации, проблемы и т. д. Острота и меткость публицистических материалов создается такими же острыми, меткими, с большой степенью концентрации идеи языковыми средствами. Если в художественном тексте каждая деталь работает на конструирование “всего потенциала художественного произведения” [4, с. 226], а создание автором картины мира предполагает включение в этот механизм мыслительной деятельности читателя и призвано произвести и з м е н е н и я в системе его личностных смыслов, то публицистический текст выполняет задачу совсем иную: представить читателю то, что он в некоторой степени уже знает и, при этом, таким образом, чтобы “совпасть” с ним на одной волне, чтобы читателю казалось, что именно так он знал и чувствовал, а автор лишь вербализовал его мысли.

Публицистический текст допускает некоторую вольность (в смысле – авторства, возведенного в абсолют, но не “неправильность” и

“нелитературность”) в использовании и образовании языковых конструкций. (Не случайно именно публицистика первой реагирует и на изменения в синтаксическом строе языка, допуская и разрыв синтаксических связей, и усечение предложений и т. д.) У публицистического текста нет надобности соблюдать требование семантического единства всех элементов, которые бы совместно работали на воплощение замысла. Оним сам создает собственную реальность, в которой реализовано и конкретное, и абстрактное его значение. Ранее нами отмечалось, что конкретная референтная соотнесенность онима крепко «держит» его в установленных денотативных границах, а «смысловая перспектива онима выводит его за пределы первоначальной номинативно-обозначающей функции, обнаруживает у имени тенденцию к динамической активизации семантических потенциалов; при этом практически всегда аргумент существует детерминирующий ассоциат» [1, с.115]: «Но ведь “**акунизация**” всей страны, которую Борис Акунин с самого начала обещал, сучилась-таки: всякий порядочный человек теперь должен написать легкий романчик, который и сам он, и соседи его прочтут с удовольствием» (Бульвар, 2001, № 37, с. 9); «Материально сына я, конечно, опекаю, а вот морально стараюсь не давить, чтобы не **загазманил**» (О. Газманов // Бульвар, 2003, № 31, с. 8).

“В художественном произведении автор описывает события в соответствии со своей концепцией мира, изменяя существенные характеристики времени и пространства” [3, с.60] (разрядка наша – И. Н.). В образной интеграции художественного произведения как единого целого важную роль играют различные сдвиги и изменения времени и пространства, – они часто служат актуализаторами смысловых элементов художественного текста. В публицистическом тексте такой хронотипной многомерности, объемности нет, потому что он не рассчитан на перспективу. Публицистический текст фиксирует внимание на том, что уже de facto отражено в сознании читателя, который причастен бытию, собственное имя при этом является знаком, детерминирующим некое скрытое, подразумеваемое (а иногда и эксплицитно выраженное) значение во вполне реальном времени и во вполне конкретном геополитическом, культурном, этническом и т. д. пространстве. Оценка или характеристика денотату не дается ни прямая, ни косвенная именно потому, что автор публикации уверен в совпадении

фоновых знаний своих и читателя и в совпадении предполагаемого минимизированного представления о собственном имени, – т. е. апелляция к ним должна быть понятна без комментария и расшифровки. Но оценочность есть в самом языковом знаке. Г. Я. Солганик, говоря об особенностях публицистического стиля, одной из главных называет “социальную оценочность языковых средств” [6, с.11]. В этом отношении интересно интервью М. Захарова, рассказавшего о замысле новой постановки в Ленком о гениальном русском композиторе XIII в., добившегося признания в Италии и получившего там диплом, которого до него удостоивался лишь Моцарт. На вопрос журналиста: “Как фамилия композитора” – Захаров ответил: “*Вообще-то сегодня она не слишком подходит для театральной афиши. Березовский. Нам, думаю, придется менять фамилию героя. Может, на Берестовского или вроде того*” (Семья, 2002, № 46, с.2). Здесь восприятие значения имени рассчитано на абсолютную семантическую компетенцию читателя и его способность к пониманию как интерпретативной активности.

Реализацией понимания (иначе – способности осмыслять, постигать значение чего-либо) как процесса двустороннего является отсылка от текста к затекстовому континууму, детерминирующей смысловую определенность текста. Несмотря на то, что знания коммуникантов различаются и полнотой, и глубиной, автор публицистического материала учитывает уровень внелингвистической информированности реципиента и его возможный лингвистический опыт. И чем больше референционная и коннотативная согласованность адресанта и адресата, тем большая глубина понимания текста. И используемое собственное имя в таких текстах выполняет чрезвычайно ответственную функцию центрбежного элемента, концентрирующего его содержание, как, например, в следующих случаях: «*Крупнейшие финансово-промышленные группы хоть и обладают большим влиянием и возможностями, но гарантий их полного контроля над страной нет. Появится новый “Ельцин”, обличитель олигархов, и события могут принять революционный характер*» (АиФ., 2003, № 25, с. 4); “*...прежние и будущие Майки Тайсоны формировались не в классических спаррингах, а в уличных потасовках, где умение отключить противника точным ударом в челюсть ценится не меньше, чем знание Библии*” (Бульвар, 2002, № 48, с. 11); “*Всі колишні кравчкісти враз покучманіли*” (Пост-поступ., 2000, № 23, с. 2). Коннотация онимов, имеющая здесь концептуальную

природу, есть результат эксплицирования дескриптивных признаков, отражающих фоновые знания членов лингво-культурной общности. Но при этом, коннотация становится и оценочной: представляет собой результат вербализации некоего квалифицирующего признака.

У онимов публицистического использования так же, как и у онимов любой иной сферы употребления, существуют различные степени устойчивости коннотации и разнообразные связи между основным, денотативным значением и приращениями смысла. Само понятие “устойчивый” предполагает градуальность, связанную со степенью вхождения определенной характеристики в семантическую структуру языковой единицы. Так, если одни онимы и их образования занимают вершинное положение на шкале “устойчивая коннотация”, то другие стоят последними в этом ряду, допуская реализацию довольно широкого спектра созначений. К первым можно отнести следующие онимы: *3 Меня история помощи мафиози больной женщине не шокировала. Если бандиты играют в Робин Гудов, пусть играют, может быть, когда-нибудь эта личина станет их лицом* (Б. Васильев. Общая газета, 1999, № 24, с. 13); *“Евгений Ваганович Петросян, при всем его профессионализме, сколько ни надевал маски и носы, Райкиным не стал”* (Бульвар, 2002, № 32, с. 10); *“Немудрено, что на этом фоне ностальгическим начинает всплывать героика прошлого: из широких итанин школьной литературной программы по новой извлекаются краснокожие паспортины железных Рахметовых и несгибаемых Корчагиных”* (М. Варденга, АиФ, 1999, № 19, с. 3); *“Литературные классики доказывали, что богачи по преимуществу глупы и несимпатичны, сочиняя романы о тартюфах, гобсеках и скупых рыцарях”* (В. Коротич, Бульвар, 2003, № 23, с. 2). Ко вторым – такие: *“Творец отверг диктат власти, чтобы осмелиться рассказать о праве Григориев и Аксиний на собственный поиск истины, счастья”* (Комс. правда, 1999, 5 марта, с. 27); *“Богатые Щукины, Терещенки и Третьяковы создавали на свои деньги картинные галереи”* (В. Коротич, Бульвар, 2003, № 23, с. 2.). Но во всех случаях имя является смысловой опорой высказывания.

Маркированность некоторых онимов бывает обусловлена культурной спецификой внутренней формы, которая вербализует национальные стереотипы: *“Выйти замуж за иностранца? Это хорошо. Но разве их John может любить, как наш Иван?”* (Комс. правда, 1999, № 46,

с. 9). Здесь наблюдается координативная связь семантики онимов с так называемыми идеологемами (культурными установками). В этом плане интересно и кажется знаменательным, что в печатных изданиях разных стран: России и Украины, – ставшее столь популярным имя **Кличко** преподносится практически с одинаковой позиции: «*Фамилия братьев Кличко в переводе с немецкого означает “нокаутующий удар”: “клич” – удар, “ко” – обозначение победы нокаутом*» (АиФ, 2003, № 13, с. 3); «*Позже немцы сделают из фамилии Кличко нечто сугубо боксерское, выделяя в ней две последние буквы: “КО”, что значит на международном боксерском языке “нокаут” (knock out)*» (Бульвар, 2002, № 48, с. 11). Имя здесь не создает особое представление, воспринимаемое на психолого-чувственном уровне как образ, а напротив, поддается поддается рациональной, рассудочной сегментации на элементы, имеющие вполне конкретное, не эмоционально-оценочное, объяснение.

Можно предположить, что здесь происходит ассоциативное переосмысление онима, интерпретация в соответствии с представлениями, характерными для немецкой лингвокультурной общности, эта этноконнотация является компонентом национального языкового сознания, отражающим коллективные образные представления. Интересно сравнить использование этого же онима, но уже в ином значении: в качестве языкового модуля оценки: «*”БРАТЬЯ КЛИЧКО” – это уже похоже на бренд, торговую марку*» (АиФ, 2003, № 15, с.3)

Знаковость онима, таким образом, относительно и зависит от многих факторов и, не в последнюю очередь, от условий (или места его функционирования). Газетные публикации, благодаря своей быстрой реакции на события, актуальности повествуемого, в некотором смысле “оживляют” онимные номинации. Так коннотируется имя персонажа из нашумевшего телесериала «Бригада»: «*Одной из удач фильма и моей роли я считаю точно выбранное имя персонажа – Космос. А когда я даю автограф и расписываюсь. – Дюжев, мне говорят: “Не, не, чего пишешь? Мне это не надо. Подпишись – “Космос”*» (Семья, 2002, № 46, с. 6).

Интересной представляется реализация семантемы “неизвестный” в публицистической статье о выставке художников-авангардистов 60-х годов XX в.: «*На той знаменитой выставке, глядя на его работы, Хрущев спросил: “Как твоя фамилия?” “Неизвестный”. – “Нет,*

*кто ты такой?». – “Я **Неизвестный**”. – “Никита Сергеевич, – подсказывают Хрущеву. – Это фамилия у него такая. – **Неизвестный**”. Тогда он говорит: “А! Ну считай, с сегодняшнего дня ты совсем **неизвестный!**”» (Л. Дуров, Бульвар, 2002, № 23, с. 9).*

Игра внутренней формы онимного и апеллятивного слова создает символическое представление о реалиях: единичное, частное значение слова устремляется к общему, расширяется, тяготеет к символизации. “Случайное” попадание собственного имени в данное семантическое поле не снижает его смыслового статуса, подпитывая значение друг друга, апеллятив и оним, напротив, усиливают, градуируют его.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иванова Н. И. Об активизации семантической перспективы онимов // Восточноукраинский лингвистический сборник: Выпуск восьмой. – Донецк: Донеччина, 2002, с. 113–120.
2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М., 2002.
3. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе, М., 1971.
4. Ладыгин Ю. А. Информативная роль коннотативных значений в прозаическом художественном тексте // ФН, 2000, № 2, с. 75–83.
5. Лосев А. Ф. Проблема художественного стиля. К., 1994.
6. Солганик Г. Я. Системный анализ газетной лексики и источники ее формирования, М., 1976.