

Л. В. ВАЛЕЕВА

**ВИРТУАЛЬНАЯ СЕМАНТИКА ОНОМАСТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ
В МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ**

В статье утверждается полионтологическая природа собственного имени в социально актуализированных реальностях массмедийного дискурса, рассматриваются особенности семантической структуры материально объективированного и виртуального онима.

Ключевые слова: онтология, собственное имя, виртуальный знак, семантическая структура.

Реальность новой информационной эпохи утверждается не столько на основе предметов и связей объективного мира, сколько на основе интерпретационных возможностей и намерений субъектов. В гуманитарном знании последних десятилетий сосуществуют две модели описания социокультурных процессов. В соответствии с первой, происходит «крушение и демонтаж» традиционного мира, «стирание» ориентиров у человека как носителя культуры [12], отмечается дефицит «некоего внутреннего стержня», обеспечивающего необходимое единообразие в понимании и оценке базовых ценностей культуры [10], фиксируется фрагментация индивидуальной и практической деятельности человека [14]. Согласно второй, современное информационно-коммуникативное пространство реанимирует интерес к исходному, культурно-историческому структурированию человеческого сознания; новые синергетические формы познания, построенные по закону преемственности и согласованности, свидетельствуют о саморегуляции субъекта с помощью импровизации и «игры в реальность» [3]; вырабатывается новая этика, мировоззрение солидарности, толерантности, партисипации [1].

Стимулом и катализатором развития коммуникативной формации эпохи постмодернизма являются средства массовой коммуникации. «Средства массовой коммуникации — организационно-технические комплексы, обеспечивающие быструю передачу и массовое тиражирование словесной, образной и музыкальной информации» [7, с. 131]. Их стремительное развитие (от традиционных СМИ — печати, радио, телевидения — до технологий, связанных с появлением и распространением Интернета и формированием глобальной интерактивной сети) утвердило дискурс массмедийной коммуникации. В теории дискурсивных практик дискурс масс-медиа представляет интегративную структуру статусно-ориентированного типа, в которой «коммуниканты выступают в качестве представителей той или иной общественной группы, выполняют роль, предписываемую коммуникативной ситуацией» [9, с. 239]. У. Эко свидетельствует, что коммуникация — это «открытый» процесс и использование языковых кодов диктуется идеологией и обстоятельствами (комплексом биологических фактов, экономическим контекстом) и что индустриализация изменяет не только условия приема и отправки сообщения, но и сам смысл сообщений [23, с. 521]. Массмедийный дискурс становится средой дискурсивных инноваций, фиксированных в языковых формах, — стереотипах, паремиях, клише, языковых единицах. Ж. Бодрийяр пишет, что масс-медиа и есть сама революция вне зависимости от их содержания, благодаря только своей технологической структуре [2].

Современная наука в области гуманитарного знания констатирует, что человек, создавший антропоцентрическую научную парадигму, считающий себя центром мира, запустивший процессы тотальной модернизации, оказался невостребованным в реалиях современного мира и проблематичным в качестве субъекта современной истории [12]. Переосмысление соотношения категорий времени, памяти и истории порождает культурный плюрализм и множественность памяти [4] и приводит к развенчиванию культа рациональности и вещественности. Научное знание поворачивается от достоверного знания (очевидного знания, знания, истинность которого установлена) к вероятному знанию (знанию, истинность которого лишь подтверждена).

В онтологической интерпретации вероятность выступает как предрасположенность к появлению виртуального состояния. Виртуальность — это некоторое потенциальное состояние бытия с обязательным активным началом [15, с. 385]. Виртуальные события, состояния, элементы верифицируют знания, способные опережать вещественную реальность, изменять ее и создавать новую. Новые онтологические ряды, внеконтекстные по отношению к повседневности, получили название виртуальной реальности (термин, используемый у Н. Багдасарьян, М. Кастельса, А. Калмыкова, Н. Кирилловой, В. Красных, И. Мальковской, Н. Рябцевой и др.). Если материальный мир характеризуется прогнозирующим мышлением, то виртуальный мир программирует будущее. Юрий Громыко отмечает, что программирование привлекательно потому, что обязательно связано с личностной формой саморазвития [5]. Необходимо сказать, что,

в отличие от зарубежной философской традиции понимания и оценки феномена виртуальной реальности, которая строится на связи коммуникации и компьютерных технологий, отечественная школа виртуалистики разрабатывает концепцию, опирающуюся на постулат о разных уровнях психических реальностей и констатирующую сосуществование нескольких онтологических реальностей.

Целью нашего исследования является онтологическая идентификация ономастикона, верифицированного в масс-медиа.

Ономастикон как совокупность собственных имён на протяжении многих десятилетий рассматривался в системе лингвокраеведческих дисциплин, а именно исследовалась история возникновения онимов, их этимология, ареал распространения, лексико-семантическая классификация и структурно-словообразовательная характеристика [22]. Новые области лингвистической отрасли, такие, как когитология, прагматика, психолингвистика, лингвокультурология, связывают изучение собственного имени с вариативностью, особенностями коммуникативной ситуации (Е. А. Селиванова), со степенью интертекстуальности имени как выражения межличностных отношений на шкале интимность — официальность (А. В. Лахно), с развитием особого «культурного» смысла (Е. Л. Березович, Т. Г. Добросклонская, В. Г. Костомаров, В. И. Супрун), с прагматической значимостью как лингвосоциального артефакта (И. Ю. Безукладова, В. А. Ражина). Сложность разработки ономастикона вызвана природой собственного имени.

Исходя из традиционного определения имени как лингвистического знака, имеющего план выражения (означающее) и план содержания (означаемое), в значении собственного имени выделяют обязательный бытийный компонент, соответствующий значению предметности нарицательного имени. Автор учения о двуединой сущности лингвистического знака Ф. де Соссюр всегда подчеркивал ведущую позицию вещественного элемента (означаемого) в структуре языковой единицы. «Языковая сущность определяется полностью лишь тогда, когда она отграничена, отделена от всего, что её окружает в звуковой цепи» [19, с. 103]. Учёный намеренно добавлял к каноническому определению замечание о том, что это единицы языкового механизма и, как ни соблазнительно было бы их изолировать и не смешивать между собой, «в действительности язык представляет собой расплывчатую массу, в которой только внимательная привычка может помочь нам различать составляющие ее элементы» [19, с. 104].

В семантической структуре собственного имени наряду с бытийным выделяют классифицирующий элемент, представляющий денотат имени (люди, животные и под.), индивидуализирующий элемент, указывающий референт имени, и характеризующий компонент, помогающий идентифицировать референта в конкретной коммуникативной ситуации [6]. Таким образом, собственные имена представляются информационно-конвенциональными знаками, соответствующими многообразному и одномерному миру знаний: многообразному — так как невозможно запомнить все индивидуальные имена; одномерному — так как указывают на конкретного человека и более или менее значительное число животных, предметов, явлений.

Однако в эпоху информационного тоталитаризма одномерный мир трансформировался и обогатились виртуальные миры. В. Г. Костомаров отмечает, что тексты всех масс-медиа принципиально связаны с виртуальностью. «Сила массмедийного языка в том, что, притворяясь реальным, он скрывает свою условность — не в пример книжному...» [11, с. 183]. В массмедийном дискурсе собственные имена демонстрируют дискурсивный тип мышления (Н. Ф. Алефиренко, С. Д. Кацнельсон, А. Р. Лурия). Информационно-конвенциональная природа онама делает собственное имя непременным атрибутом виртуально-бытийных реальностей масс-медиа.

Б. Рассел утверждал, что существуют пропозиции «первичного» и «вторичного» вхождения. В первом случае пропозиция обладает свойствами нечто такого, с чем мы имеем непосредственное знакомство и можем об этом судить. Во втором случае пропозиция обозначает сущность посредством обозначающих фраз, и в этом случае мы знаем свойства вещи, не имея знакомства с самой вещью, и, следовательно, не зная ни одной пропозиции, в которой сама эта вещь была бы конституентой [18]. В дискурсах разговорного типа, характеризующихся обязательной диалогичностью и коммуникативной точностью, онимы конструируют окружающий мир, отождествляя корреляты (лицо, предмет, явление) как сущность действительного мира. В дискурсах монологического типа собственные имена являются конвенциональными языковыми единицами, ориентирующими участников коммуникации на пресуппозиции дискурса, на ценностную и культурно-национальную рефлексию субъекта. Именно онимы второго типа делают коммуникативную ситуацию вероятностной и обеспечивают актуализацию «нужных» знаний, соответствующих «реальностям» другого уровня, где знание не является столь универсальным критерием развития» [14, с. 35].

Собственные имена интерпретационно-вероятностного типа, помимо собственно ономастических признаков, таких, как семантика особого типа; способность конденсировать в себе информацию широкого, энциклопедического характера; отсутствие включенности в парадигматические отношения синонимии, антонимии и т. п.; морфологическая обособленность (с точки зрения категории числа); ограниченность включения в процессы деривации; своеобразный, отличный

от нарицательных слов набор как языковых, так и речевых функций; неперебиваемость, или идиоматичность; большая приверженность сознательному регулированию со стороны носителей языка [20], обладают свойствами виртуального знака. Отличительными свойствами виртуальности являются порожденность (виртуальная реальность создается активностью какой-либо другой реальности); актуальность (виртуальная реальность существует только актуально, в ней свои время, пространство и законы существования); интерактивность (виртуальная реальность может взаимодействовать со всеми другими реальностями, в том числе и с порождающей ее как независимые друг от друга), автономность, погруженность, амбивалентность и, главное, доминирование вторичного знака [5; 8; 21]. О. В. Лутовина, исследовавшая виртуальный дискурс как производное виртуальной реальности, считает, что виртуальная реальность представляет собой символическую реальность, своеобразие которой заключается в конструировании идентичности. «Проблема идентичности сводится уже не к тому, чтобы построить, а затем охранять и поддерживать собственную целостность, а к избеганию устойчивой фиксации на какой-то одной идентичности и сохранению свободы выбора и открытости новому опыту» [13, с. 13].

В виртуальном мире у знака особый статус: он динамичен и диалектичен, он обладает удивительным свойством опережения реальности, по Яну Чеснову — забегания вперед [21]. Виртуальный знак характеризуется большой степенью полярности и «достраиванием» семантического образа в соответствии с предпочтениями адресанта. Социокультурная и субъективная целесообразность виртуального языкового знака связана с его интертекстуальностью и ассоциативной или прецедентной активностью.

Собственное имя в массмедийном дискурсе демонстрирует коммуникативную адаптацию выше перечисленных признаков.

Во-первых, наряду с бытийно-реальной номинацией оним представляет виртуальную номинацию. Собственное имя — реалионим соотносится с конкретным человеком: *Перефразируя известное высказывание господина Ульянова-Ленина, можно сказать, что Россия сегодня беременна модернизацией* (Эксперт, № 36, 2010) — наш опыт фиксирует историческую достоверность имени. Оним в дискурсивном значении вторичного знака обозначает атрибут, номинирующий социокультурный опыт или установку социального института (группы): *Здесь вопрос в другом: вероятно, в свое время стоило запретить коммунистическую партию, как та же Германия запретила нацистскую; тогда козырять именами Гитлера, Ленина и Сталина давно означало бы нарушать закон, а ведь самые агрессивные старики у нас все-таки законопослушны* (ЗН, № 36, 2010). В первом случае имя фактуально и иерархично и апеллирует к коллективной памяти поколений второй половины XX века и начала XXI века. Во втором фрагменте виртуальная семантика имени *Ленин* демонстрирует дискурсивную интерпретацию атрибута зла.

Во-вторых, семантика собственного имени различается по способу верификации. Для онима с реально-бытийной семантикой причины появления имени или неактуальны, или значимы для формирования когерентного текста: *Еще в 1979 году мы поставили задачу выпустить десятитомную биографию Ивана Франко. <...> Например, высказывались разные мнения по поводу происхождения самого Каменьяра. Якобы он немецкого, еврейского, польского происхождения, но не украинского. Даже написание его фамилии подвергалось сомнению. Мы использовали документы, которые никто не может оспорить, — метрические книги греко-католической церкви, в которых записана родословная Ивана Франко. Проследили ее вплоть до XVII в. Там упокоен веков были украинцы* (ЗН, № 33, 2011). Виртуальная семантика имени маркирует разрыв с предметно обозначенными фактами и опирается на экспериментальную, рефлексивно субъективную каузацию. *Чеслава Милоша, нобелевского лауреата, поэта, прозаика, переводчика, эссеиста, литературоведа и дипломата, часто называют «польским Франко». Имея в виду критическое и бескомпромиссное отношение к различным общественным проблемам. За это его многие не любили. Когда писателя решили похоронить в Пантеоне заслуженных поляков (Краков), то многие его сограждане выступили против этого. Ему не могли простить работу в дипломатических учреждениях коммунистической Польши* (ЗН, № 34, 2011) — верифицированная связь *Чеслав Милош — Франко* находится в виртуальном поле коммунистического зла, в котором отмечается редукция имени *Франко* как символа коммунистического строя, а характеристика *критическое и бескомпромиссное отношение к различным общественным проблемам* становится коррелятом предательства.

В-третьих, реальность в ее классическом понимании аксиоматична. Ее основная проблема в том, что до конца XX века знания, вырабатываемые в естественных науках, главенствовали по отношению к другим видам знаний [5]. Семантика собственных имен классического типа объективирована во времени и пространстве. Собственное имя стилистически не дифференцировано. Реальность современных масс-медиа ориентирована на первичный опыт (перцептивный, локальный, эмоциональный), представленный посредством простого, стабильного, вызывающего доверие текста и соответствующих языковых средств. Образное бытие, символические

механизмы культуры становятся первичными по отношению к реальности [17]. Виртуальная семантика онама комбинирует различные культурные тексты, порождает миры, адаптированные к стремлению переживать, наслаждаться, саморазвиваться: *То есть, пожелай президент и правительство не на словах, а на деле посредством косвенных признаков установить подпольных Кореяко и почистить коррупцию во власти еще на подходе к ней, лучшего времени, чем выборы, найти невозможно. Грязные деньги просто фонтанируют. Нет, те, кто в контрах с властью, каждую копейку через договора проводят* (ЗН, № 34, 2011). В медиированных реальностях семантика собственных имен подчиняется задаче программирования событий и, следовательно, обязательно суггестивна.

В-четвертых, собственные имена в виртуальной реальности мифологизируются. Формирование множества идеологий коммуникации, которые соревнуются и конкурируют друг с другом в борьбе за те самые «фрагменты» душ, воли и желаний, которые обеспечивают, в конечном итоге, выигрыш удачной идеологии с соответствующими дивидендами [14], стирают разделение воображаемого и действительного и позволяют создавать мифологические миры. Виртуальный мир, как утверждает Е. Раздьяконова (и мы полностью согласны с ней), по сути, реальность мифологическая, так как предстает сознанию в качестве действительной и непосредственной, целостной жизненной среды существования человека [17].

Собственные имена в области академической ономастики делятся на группу реальных (материально представленных) объектов — реалионимов и группу имен «вымышленного объекта любой сферы ономастического пространства в мифах и сказках» [16, с. 125] — мифонимов: *Некоторые историки полагают, что именно айва была тем самым яблоком, которое Парис вручил богине любви Афродите* (ЗН, № 10, 2009). На периферии этой группы находится ономастическая собственно профессиональная лексика сакрального типа (представленная группой теонимов *Богородица, Будда* и под.).

Собственное имя в массмедийном дискурсе мифологизируется и продуцирует мифему, языковую единицу мифа [4]. Мифема объединяет лингвокультурологическую и социокультурную группы онимов. В одну группу входят мифонимы классического типа (*Феб, Сфинкс, Мерлин, Дед Мороз* и под.) и имена, представляющие вымышленные существа и явления необычными, уникальными средствами массовой коммуникации: *Йети, Несси, Чуакабра* и под. В эту же группу включается сакральная профессиональная лексика. Другую группу представляют мифемы, социально актуализированные, привлекательные для оказания воздействия на адресата, характеризующиеся признаками интертекстуальности и прецедентности: *Мата Хари с Лубянки. В 1997 году бывший руководитель советской внешней разведки генерал-лейтенант НКВД Павел Судоплатов <...> писал: «Жена известного скульптора Коненкова, наш проверенный агент, (...) сблизилась с крупнейшими физиками Оппенгеймером и Эйнштейном в Принстоне...»* (ЗН, № 51, 2005). Изучение семантической структуры собственного имени виртуальной номинации свидетельствует о доминировании мифологического компонента, что обуславливает типичное поведение онама как языковой единицы мифологического мышления.

Таким образом, уникальность массмедийного дискурса заключается в диктате информации над адресатом. Дискурсивное поведение собственного имени в текстах масс-медиа демонстрирует полионтологическую природу данной языковой единицы, представляющую одновременно экстерриториальность и имманентность человека. Виртуальная семантика собственного имени внеконтекстна по отношению к стабильным факторам: знанию, памяти, времени; верифицирована для концептуализированного явления; суггестивна; является конструктом и репрезентацией мифологического знания.

1. *Арефьева Н. Т.* Прогнозирование социокультурного развития: теоретико-методологические подходы: Автореф. дис. ... докт. филос. наук: 24.00.01 — «Теория и история культуры» / Н. Т. Арефьева. — М., 2011. — 39 с.

2. *Бодрийяр Ж.* Реквием по масс-медиа / Ж. Бодрийяр // Поэтика и политика: Альманах Российско-французского центра социологии и философии Ин-та социологии РАН. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1999. — С. 193—226.

3. *Борботько В. Г.* Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике / В. Г. Борботько. — [4-е изд.]. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. — 288 с.

4. *Валеева Л. В.* Мифема как вербальная матрица памяти / Л. В. Валеева // Наукові записки. — Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. — У 2 ч. — Вип. 96 (1). — С. 297—302. — Серія: Філологічні науки (мовознавство).

5. *Громыко Ю. В.* Проектное сознание: Руководство по программированию и проектированию в образовании для систем стратегического управления / Ю. В. Громыко. — М.: Институт учебника Paideia, 1997. — 560 с.

6. *Ермолович Д. И.* Имена собственные на стыке языков и культур / Д. И. Ермолович. — М.: Р. Валент, 2001. — 133 с.

7. *Желтухина М. Р.* Тропологическая суггестивность масс-медийного дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: [монография] / М. Р. Желтухина. — М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. — 656 с.

8. *Калмыков А. А.* Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков. — М., 2009. — 84 с.

9. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — М.: Гнозис, 2004. — 390 с.

10. Ковалёв В. В. Аксиологические стереотипы как фактор устойчивости российского общества: Автореф. дис. ... докт. социол. наук: спец. 22.00.06 — «Социология» / В. В. Ковалёв. — Ростов-на-Дону, 2009. — 39 с.
11. Костомаров В. Г. Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. — М.: Гардарики, 2005. — 287 с.
12. Круглов В. Л. Онтология «осевого сознания»: от метафизики центризма к антропологии культуры: Автореф. дис. ... д-ра филос. наук: спец. 09.00.01 — «Онтология и теория познания» / В. Л. Круглов. — Томск, 2011. — 42 с.
13. Лутовина О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: Автореф. дис. ... д-ра филос. наук: спец. 10.02.19 — «Теория языка» / О. В. Лутовина. — М., 2009. — 39 с.
14. Мальковская И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы / И. А. Мальковская — [2-е изд.]. — М.: Ком-Книга, 2005. — 240 с.
15. Новая философская энциклопедия: В 4 т. / Ин-т философии РАН, Нац. общ.-научн. фонд: [Научно-ред. совет: предс. В. С. Степин; зам. предс.: А. А. Гусейнов, Г. Ю. Семигин, уч. секр. А. П. Огурцов]. — М.: Мысль, 2010. — 2010. — Т.1. — 744 с.
16. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. — М.: Наука, 1978. — 198 с.
17. Раздьяконова Е. В. Миф и симуляция: конструирование мифологических реальностей постнеклассической культуры / Е. В. Раздьяконова // Дефиниции культуры: [сб. тр.]. — Томск: Изд-во Том. ун-та, 2009. — Вып. VIII. — С. 257—262.
18. Рассел Б. Об Обозначении [Электронный ресурс] / Б. Рассел; [Пер. В. А. Суровцева]. — Режим доступа: http://www.philosophy.ru/library/russell/denoting/denoting_r.html.
19. Соссюр Ф. де Курс общей лингвистики / Ф. де Соссюр; [Редакция Ш. Балли и А. Сеше]; [Пер. с франц. С. Чистяковой]: [под общ. ред. М. Рут]. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1999. — 432 с.
20. Хайрутдинова Г. А. Об эстетических ресурсах собственных имён / Г. А. Хайрутдинова // И. А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания: III Международные Бодуэновские чтения, Казань, 23—25 мая 2006 г.: труды и материалы: В 2 т. — Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. — Т. 2. — С. 97—99.
21. Чеснов Я. В. Виртуалистика: философско-антропологический анализ: [Учеб. пособие] / Я. В. Чеснов. — Саранск: Рузаевский печатник, 2008. — 130 с.
22. Щербак А. С. Ономастические концепты как особые единицы метаязыка [Электронный ресурс] / А. С. Щербак // Исследование познавательных процессов в языке: [сб. научн. трудов]. — 2009. — Вып. V. — С. 86—94. — Режим доступа: <http://cognitiveres.rak.ino/files/kiapdf/volumeV/Scherbak86-94.pdf>.
23. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко: [Пер. с итал. В. Г. Резник и А. Г. Погоняйло]. — СПб.: Симпозиум, 2004. — 544 с.

Л. В. Валеева

ВІРТУАЛЬНА СЕМАНТИКА ОНОМАСТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ В МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

У статті визначено поліонтологічну природу власного імені в соціально актуалізованих реаліях масмедійного дискурсу, розглянуто особливості семантичної структури матеріально об'єктивованого і віртуального оніма.

Ключові слова: онтологія, власне ім'я, віртуальний знак, семантична структура.

L. V. Valieieva

VIRTUAL SEMANTICS OF ONOMASTIC LEXICON IN DISCOURSE OF MASS MEDIA

This article deals with the poliontological nature's own name in the social realities of mass media discourse. There are considered semantic structures of the material and virtual onims.

Key words: ontology, onomastics, virtual onim, semantic structure.

УДК [811.161.2+821.161.2]’373.231:238.2 В. Вовк

Ю. М. ГРИГОРЧУК

САКРАЛЬНА СИМВОЛІКА АНТРОПОНІМІВ У ПОВІСТІ ВІРИ ВОВК «ТОТЕМ СКАЛЬНИХ СОКОЛІВ»

Статтю присвячено аналізу літературно-художнього антропонімікону повісті Віри Вовк «Тотем скальних соколів». Досліджено семантико-функціональні особливості антропонімів з урахуванням їх асоціативно-сміслових зв'язків. Доведено превалювання в онімному просторі твору культурологічно знакових власних назв із глибоким інтерпретаційним потенціалом та визначено їх роль у формуванні сакральної поетики повісті.

Ключові слова: літературно-художній антропонім, апелятив, семантика, символіка, персонаж, підтекст.

Творчість сучасної української письменниці з Бразилії Віри Вовк (Селянської) вражає глибиною ідейного наповнення, широтою мистецького кругозору й високим естетизмом мовного