

5. Ovid. Works, vol.II [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.hs-augsburg.de/~Harsch/Chronologia/Lsante01/Ovidius/ovi_ars0.html.

6. P. Ovidius Naso. Tristia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.hs-augsburg.de/~Harsch/Chronologia/Lsante01/Ovidius/ovi_tr0.html.

УДК 811.11+004.773

Самаріна В.В. (Харків)

ПРЕЦЕДЕНТНІ ВЛАСНІ НАЗВИ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ТВІТТЕР

Розглянуто прецедентні власні назви, проаналізовано їх семантичні та функціональні характеристики у Твіттері. Показано, що прецедентні власні назви здатні виступати як засіб об'єднання та організації тексту, їх використання сприяє залученню уваги реципієнта до форми тексту.

Ключові слова: Твіттер, прецедентні власні назви, антропонім, хрематонім, хрононім, прецедентний ономастикон з денотатами з віртуального простору

Рассмотрены прецедентные имена собственные, проанализированы их семантические и функциональные характеристики в Твиттере. Показано, что прецедентные имена собственные способны выступать как средства объединения и организации текста. Их использование способствует привлечению внимания реципиента к форме текста.

Ключевые слова: Твиттер, прецедентные имена собственные, антропоним, хрематоним, хрононим, прецедентный ономастикон с денотатами из виртуального пространства

The paper focuses on the precedent proper names and analyses their semantic and functional characteristics in Twitter. The precedent names can be means of association and organization of the text. The usage of the precedent names helps to attract the attention of the recipient to the form of the text.

Key words: Twitter, precedent proper names, anthroponym, hrematonym, hrononym, precedent onomasticon with imaginary denotats

Новий вид комунікації, що отримав назву комп'ютерно-опосередкованої комунікації, увійшов в активний науковий обіг у 90-х роках ХХ сторіччя та відразу ж привернув увагу багатьох вітчизняних і закордонних учених-лінгвістів (О.І. Горощко, Л.Ф. Компанцева, О.В. Лутовінова, Д. Крістал, С. Херінг та ін.) [5; 6; 12; 13; 16; 17].

Виникнення нового виду комунікації призвело також і до появи мови, що обслуговує дану сферу спілкування. Дослідженням її функціонування займається нова галузь мовознавства – інтернет-лінгвістика. Одним з її напрямків стало віртуальне жанрознавство, завданням якого є опис інтернет-жанрів [6, с. 107]. Приклад одного з нових інтернет-жанрів – твіттинг – інтернет-жанр, що забезпечує спілкування за допомогою інтернет-сервісу Твіттер.

Історія вивчення власних назв та наявність різних трактувань опису цього мовного феномену, відображених у працях вітчизняних і зарубіжних лінгвістів, свідчить про складність і суперечливість даного явища, що саме по собі стимулює подальше вивчення власної назви, в тому числі, і в рамках Твіттеру. Так, питання про комунікативний статус власної назви, про сприйняття власної назви мовною особистістю адресата (читача, одержувача або споживача) як учасника, задіяного, наприклад, у комунікативних актах соціально-інституційної комунікації, практично не розглядалися мовознавцями.

Розвиток інтернет-комунікації зумовив широке використання власних назв. Так, В.І. Супрун підкреслює, що вся інформація у мережі інтернет будується на ономастичній осі. Власними назвами пронизано всі тексти, ними є назви частин та одиниць, що функціонують усередині Мережі [14, с. 55].

Об'єкт дослідження – прецедентні власні назви. **Предмет** дослідження становлять їх семантичні та функціональні характеристики у твіттингу.

Мета роботи полягає в моделюванні значення, описі механізму семантичних перетворень прецедентних власних назв у твіттингу. Поставлена мета конкретизована в таких **завданнях**: визначити склад прецедентного ономастичного простору твіттингу; виявити семантичну структуру прецедентних власних назв у залежності від їх класу; з'ясувати функції прецедентних власних назв у твіттингу.

Твіттер – це соціальна мережа, онлайн сервіс, що дозволяє користувачам відправляти короткі (до 140 символів) текстові замітки, використовуючи веб-інтерфейс, SMS, служби миттєвих повідомлень [15, с. 21]. Завдяки своєму комунікативному дизайну, функціональності, високій оперативності соціальний сервіс Твіттер популярний не тільки у сфері міжособистісного спілкування, він також широко використовується в освіті, бізнесі, політиці, рекламі. Однак дослідження лінгвістичної літератури показало, що Твіттеру, одному з найбільш популярних сервісів інтернету, через його відносну новизну присвячено не так багато праць. Особливо це стосується опису мовностилістичних особливостей, що й пояснює актуальність нашого дослідження.

Для того, щоб дати комплексну характеристику твіттингу як нового інтернет-жанру, використовується модель опису інтернет-жанрів, яка об'єднала в собі опис усіх аспектів жанру, важливих для його функціонування – його прагматичні, медійні, структурно-семантичні та мовні параметри [6, с. 108].

Прагматичні параметри характеризують ситуацію використання жанру, тобто його мету, тип автора й адресата, час і місце [7, с. 56].

Твіттинг, як і інші інтернет-жанри, є багатofункціональним жанром, що об'єднав у собі як інформативну, так і фатичну функції, які вказують на мету здійснення комунікації у цьому жанрі. Виділяють наступні функції ведення блогів: 1) комунікативна, 2) саморепрезентації, 3) розваги, 4) утримання соціальних зв'язків, 5) мемуарів, 6) саморозвитку або рефлексії, 7) психотерапевтичну [4, с. 122].

На перший погляд, будь-який текст повинен бути оригінальним, новим. Але ця новизна завжди базується на тому, що добре відомо і зрозуміло глядачеві чи слухачеві. Якщо текст не прецедентний, тобто добре відомий, то може виникнути мінус-ефект комунікації [11, с. 158].

Створена Д.Б. Гудковим, І.В. Захаренко, В.В. Красних та Д.В.Багаєвою [10] теорія прецедентних феноменів може розглядатися як черговий етап у дослідженні прецедентності і водночас вона тісно пов'язана з вченням про інтертекстуальність. Відповідно до теорії, що розглядається, використання власної назви для позначення іншої людини має кваліфікуватися як використання прецедентної власної назви.

Феномен прецедентності має інтертекстуальну природу. Інтертекстуальність виступає сутнісною характеристикою тексту, яка виявляється в наявності міжтекстуальних зв'язків, унаслідок чого текст або його частина можуть відсилати читача до інших текстів. Під інтертекстуальністю будемо розуміти „включення в текст цілих інших текстів з іншим суб'єктом мовлення або їх фрагментів у вигляді маркованих, перетворених або змінених цитат, алюзій та ремінісценцій” [2, с. 346].

Прецедентні імена та назви являють собою особливу групу власних назв з широко відомим денотатом, що займає проміжне положення між власними й загальними назвами. Своїми функціонально-семантичними характеристиками вони наближаються до загальних назв, але залишаються у статусі власних назв, оскільки, незважаючи на семантичні перетворення, зберігають зв'язок з носієм назви [3, с. 5]. Під власною назвою також розуміється „згорнута до окремої лексичної одиниці репрезентація великого блоку інформації. Таке розуміння визначається здатністю власної назви бути концентратом певної інформації, виступати таким собі згустком лінгвокультурних знань людини про світ і, нарешті, самій бути пресупозицією для будь-якої інформації” [8, с. 5].

Огляд підходів до вивчення семантики власних назв виявив функціонально-семантичні характеристики власних назв з широко відомим денотатом, які складають їх відмінність від звичайних власних назв і дозволяють виділити їх в окрему групу: широка популярність денотата і його когнітивна та емоційна значущість у рамках однієї лінгвокультурної спільноти; наявність конотацій та асоціацій, що складають прагматичний компонент значення; вживання як вторинної номінації; характеризує та експресивно-оцінна функції; здатність до ситуативного переходу в загальну назву.

Проаналізувавши прецедентні власні назви на предмет співвідношення їх денотатів з об'єктами дійсності, ми прийшли до висновку, що прецедентний ономастичний простір англомовного твіттингу складається з двох областей: прецедентних власних назв з реально існуючими та з уявними денотатами. Звернення автора до широко відомих і значущих назв, які співвідносяться з реальними особистостями, подіями і предметами, сприяє більшій переконливості висловлюваної думки.

У прецедентному ономастиконі з реальними денотатами ми виділили 3 класи прецедентних власних назв: антропоніми (імена та прізвища відомих особистостей), хрематоніми (назви продуктів матеріальної і духовної діяльності людини) і хрононіми (назви подій, явищ).

До прецедентних антропонімів ми віднесли імена та прізвища відомих історичних особистостей, діячів науки, мистецтва, культури, вживання яких у соціальній мережі Твіттер являє собою вторинну номінацію. В залежності від роду занять носія назви в класі прецедентних антропонімів можна умовно виділити три групи: 1) відомі історичні особистості, політики, 2) діячі мистецтва: письменники, поети, музиканти, режисери, актори, співаки, представники світу модної індустрії; 3) вчені та філософи .

(1) *Dalia Grybauskaitė @Grybauskaitė_LT 24 октября A special gift for Angela Merkel-Lithuanian cheese. Thankful for her recent support to country! pic.twitter.com/mgIxYCY9Cf.*

У наведеному прикладі, мова в якому йде про подарунок для Ангели Меркель від президента Литви, згадане ім'я відомої політичної особистості. У даному випадку прецедентна власна назва виконує функцію привертання уваги. Слід зауважити, що подарунком є литовський сир, національний продукт та гордість країни, який несоромно презентувати такій особі, як канцлер Німеччини. Таким чином, апелюючи до прецедентного феномену, актуалізується матеріал у твіттингу та за його допомогою відбувається ненав'язлива реклама національного продукту.

До класу прецедентних хрематонімів ми віднесли назви значущих для англійської, канадської та американської лінгвокультури книг, торгових марок, фільмів, пісень на тій підставі, що за характером номінації вони являють собою власні назви.

У прикладі (2) службовці відомого музею, використовуючи назви досить відомих для суспільства книг, не тільки інформують читачів твіттингу, але й заохочують їх відвідати вказаний музей.

(2) *British Museum_@britishmuseum_28 ноября William Blake was born #onthisday in 1757. Here are the title pages for Songs of Innocence and of Experience pic.twitter.com/LWnLxTwAzF.*

У прикладах (3, 4) використано ім'я відомого актора, а також назва фільму (4), у якому він знімався останнім часом, та назва газети, яка є торговою маркою та популярним виданням у США. Отже, ці прецедентні назви виконують інформативну та атрактивну функції.

(3) *Tami Roman_@TamiRoman_30 ноября Is it a hoax or not? NY Daily News is reporting that Paul Walker died in car crash. pic.twitter.com/GDJf2Zu1tC.*

(4) *Crys.♥👍👍_@_crysXoXo_30 ноября “@ABC: .@ABC News confirms "Fast and Furious" star Paul Walker has died at the age of 40” @TamiRoman.*

У наведених нижче уривках використовується прийом перенесення, що ґрунтується на сприйнятті нової інформації на основі вже отриманої, що викликає позитивну емоційну реакцію. Це так звана образна трансформація. Використання назв відомих торгових марок, брендів (5, 6), з одного боку, служить еталоном порівняння, привертає увагу і пробуджує уяву, що є однією з умов успіху та ефективності комунікації, а з іншого боку, сприяє встановленню між автором і адресатом відносин „свій/чужий”: дозволяє встановити спільність як мінімум їх естетичних уподобань.

(5) **Jack Welch** @jack_welch 29 октября *Apple margins decline again....Hello Samsung.*

(6) **Alfa Romeo UK** @AlfaRomeoUK_26 ноября *Meet our very own action heroine – the Alfa Giulietta. The next James Bond car? <http://bit.ly/193YI9k> pic.twitter.com/dPaPjFIVbT.*

Ці торгові марки на світовому ринку асоціюються з високою якістю, відоме ім'я кіногероя (6), в свою чергу, підвищує гарантію якості. Таким чином, апелюючи до системного смислу прецедентного феномену, актуалізується матеріал твіту.

Назви єдиних у своєму роді й неповторних історичних подій, періодів, процесів, що мають місце в певні відрізки часу, утворюють клас прецедентних хрононімів. Це власні назви, що позначають назви війн, політичних конфліктів, скандалів, напрямків у культурі та мистецтві, значних подій у суспільному житті Великобританії, Канади, США та всього світу.

(7) **Dalia Grybauskaitė** @Grybauskaitė_LT 23 сентября *Holocaust—the world's tragedy. Today, I honored 47 heroes who risked their lives to save Jews during the 2nd World War. pic.twitter.com/HAiT2kQ8n1.*

(8) **Dalia Grybauskaitė** @Grybauskaitė_LT 22 сентября *To all #Lithuanians and #Latvians: congratulations on the #Balts Unity Day!*

Використані в даних твітах прецедентні власні назви служать хронологічними орієнтирами. Такі прецедентні хрононіми, як Голокост (7), Друга світова війна (7), День Єдності (8), – більш промовисті як дати, певний період часу, ніж цифри, які зазвичай погано сприймаються реципієнтом і часто залишаються німими.

(9) **Donald J. Trump** @realDonaldTrump 31 октября *The ObamaCare website is unfixable & rumor has it that they will stop checks & balances—a free-for-all that will cost the country trillions.*

У вищенаведеному прикладі Дональд Трамп за допомогою відомої системи *checks & balances*, яку включено до моделі „вертикального” розподілу влади, апелює до влади Обами. У такий спосіб, він привертає увагу адресатів та інформує щодо наслідків такої політики.

До області прецедентних власних назв з денотатами з віртуального простору ми віднесли такі класи власних назв, як міфони́ми, власні назви казкових персонажів, біблійні оніми, антропоніми зі світу літератури та кіно.

Дані прецедентні феномени використано з метою привернення уваги до проблеми, яка бентежить автора, тож він використовує оцінний потенціал продемонстрованих одиниць.

(10) **Telegraph Film** @TelegraphFilm 30 ноября *Daniel Radcliffe and @EmWatson start their #HarryPotter journey with film on @ITV now. @Telegraph original review <http://www.telegraph.co.uk/culture/harry-potter/10482799/Harry-Potter-and-the-Philosophers-Stone-2001-original-Telegraph-review.html> ...*

У адресата, який володіє певними фоновими знаннями, можуть виникати глибинні асоціації, пов'язані з певним героєм, наприклад з Джеймсом Бондом.

(11) **Sarah Reese Jones** @srjones66 23 ноября *Bill Maher: Republicans are so Uncool that, 'Kennedy was James Bond. Reagan was Matlock.' <http://www.politicususa.com/2013/11/23/bill-maher-republicans-uncool-that-kennedy-james-bond-reagan-matlock.html> ... via @politicususa #p2 #P2b.*

Власні назви казкових персонажів, в нашому випадку Mickey and Minnie, викликають у свідомості членів однієї лінгвокультурної спільноти стійкі, а отже, передбачувані асоціації та уявлення [1, с. 73]. З цієї причини власні назви казкових персонажів можуть використовуватися у твіті для вираження емоційного ставлення.

(12) **THE SQUAD** @thesquadco 52 мин *hot coffee, Bing Crosby, Mickey and Minnie. LA you're starting to feel like christmas #christmas #mickyminnie pic.twitter.com/Hk3fBdrRX6.*

Значущість або культурно-історична цінність прецедентних власних назв відображається в закріпленні за ними в рамках певної лінгвокультури асоціацій і ознаках.

За допомогою прецедентних антропонімів передаються ознаки, що характеризують діяльність (творчість) носія власної назви, продукт його діяльності (творчості), стиль, манеру творчості, подію, період часу, пов'язані з носієм власної назви, його характер або зовнішність; за допомогою прецедентних хрематонімів – ознаки, що виражають основну ідею твору або його основні колізії, тоді як ознаки прецедентних торгових марок демонструють статусні і соціальні характеристики. Відмітними ознаками прецедентних хрононімів можна вважати ознаки „характер події та його наслідки” або „основні риси і характеристики явища”.

У твітах прецедентні власні назви виконують кілька функцій:

1. Функція оцінки. Прецедентні власні назви – важливий засіб емоційної оцінки, вони не претендують на логічну завершеність, на точне формулювання, але яскраво виражають суб'єктивне ставлення автора. Як підкреслює Д.Б. Гудков, оцінка, виражена за допомогою прецедентних феноменів, не претендує на об'єктивність, вона підкреслено емотивна і суб'єктивна [9, с. 157].

2. Прагматична функція – функція впливу на адресата. Прецедентні феномени – засіб впливу на адресата, вони допомагають переформатувати картину світу, наявну в адресата. Прецедентні феномени задають певну систему цінностей, яка тією чи іншою мірою регулює поведінку представників національно-лінгвокультурної спільноти.

3. Естетична функція пов'язана з тим, що прецедентні власні назви постають способом естетичної оцінки світу, вони сприймаються адресатом як естетично значимі, привертають до себе увагу незвичайною формою вираження.

4. Ігрова функція. Використання прецедентних феноменів часто має характер свого роду мовної гри: автор задає загадку, а читач шукає на неї відповідь. Мовна гра сприяє привертанню уваги до форми тексту, зниженню напруженості спілкування, що робить його менш формальним [2, с. 75].

5. Атрактивна функція. Вона заснована на використанні відомого тексту в новому контексті для смислового акцентування.

Важливо підкреслити, що всі названі функції прецедентних власних назв реалізуються в комплексі, хоча в тих чи інших контекстах імовірно переважання певних функцій.

Проведене дослідження дозволило зробити висновок, що прецедентні власні назви здатні виступати як засіб об'єднання та організації тексту. Використання прецедентних власних назв сприяє привертанню уваги реципієнта до форми тексту, полегшує спілкування, роблячи його менш формальним.

Серед найбільш актуальних напрямків подальшого дослідження можна виділити такі: вивчення вербалізації феномену прецедентності в інших типах тексту; продовження розгляду видів прецедентних власних назв у їх взаємодії з іншими прецедентними феноменами та іншими одиницями непрямой номінації.

Список літератури

1. Аникина Т.В. Имя собственное в Интернет-коммуникации / Т.В. Аникина // Известия Уральского государственного университета. – 2010. – №2 (75). – С. 71-76.
2. Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность : Сборник статей / И.В. Арнольд; научн. редактор Г.Е. Бухаркин. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. – 444 с.
3. Блинова Ю.А. Прецедентные имена собственные в немецком газетном дискурсе : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 „Германские языки” / Ю.А. Блинова. – Самара, 2007. – 22 с.
4. Волохонский В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов В.Л. Волохонский, Ю.Е. Зайцева, М.М. Соколов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность : сборник статей – СПб., 2006. – С. 118–131.
5. Горошко Е.И. К уточнению понятия «компьютерно-опосредованная коммуникация»: проблемы терминоведения [Электронный ресурс] / Е.И. Горошко. – Режим доступа : http://ifets.ieee.org/russian/depository/v12_i2/pdf/11.pdf.
6. Горошко Е.И. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное / Е.И. Горошко, Е.А. Жигалина // Вопросы психолингвистики. – 2010. – № 12. – С. 105–124.
7. Горошко Е.И., Полякова Т.Л. Лингвистические особенности англоязычного Твиттера // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – Том 24 (63). – 2011 г. – № 2. Часть 1. – С. 53-58.
8. Грушевська Ю.А. Власні назви в російському рекламному тексті: лінгвістичний і функціональний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 „Російська мова” / Ю.А. Грушевська. – Дніпропетровськ, 2005. – 19 с.
9. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 288 с.
10. Некоторые особенности функционирования прецедентных высказываний / Д.Б. Гудков, В.В. Красных, И.В. Захаренко, Д.В. Багаева // Весник Московского Университета. Серия 9. Филология. – 1997. – № 4. – С. 106–117.
11. Ковалев Г.Ф. Имя собственное как прецедент в рекламе / Г.Ф. Ковалев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2004. – № 1. – С. 158–164.
12. Компанцева Л.Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингво-культурологический подходы / Л.Ф. Компанцева. – Луганск: Знание, 2008. – 528 с.
13. Лутовинова О.В. Лингвокультурный типаж "хакер" / О.В. Лутовинова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. Вып. 20 – С. 170–174
14. Супрун В.И. Развитие ономастического пространства Интернета / В.И. Супрун // Ономастика Поволжья: Материалы IX Международной конференции по ономастике Поволжья. Волгоград, 9-12 сентября 2002 г. – М. : Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2004. – С. 53–58.
15. Щипицина Л.Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка) : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филологических наук: спец. 10.02.04 – «Германские языки» / Л.Ю. Щипицина. – Воронеж, 2011. – 40 с.
16. Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – 272 p.
17. Herring S.C. A Faceted Classification Scheme for Computer-Mediated Discourse [Electronic resource] // Language@Internet. 2007. – Nr. 4. Article 1. – P. 1-37. – Access mode: http://www.languageatinternet.de/articles/2007/761/index_html/. – 12.11.2010.
18. <https://twitter.com>.