

А.С. Пустовалова  
Россия, Барнаул,  
Алтайская государственная педагогическая академия  
Научный руководитель к.ф.н., доц. Е.А.Косых

## ОТРАЖЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ ЧЕРЕЗ НОМИНАЦИИ В СМИ

Исторически важные, наиболее запоминающиеся события, происходящие в мире, находят отражение в СМИ разных стран. Для того чтобы статья была интересна читателям, авторы создают различные привлекающие внимание заголовки.

Э.А. Лазарева называет заголовок частью статьи, которая несет в себе функциональную насыщенность и смысловую нагрузку. Кроме того, психологические исследования ученых показали, что около 80% читателей уделяют внимание только заголовкам [6, с. 3]. Как отмечает Бессонов, заголовок – это своего рода вывеска, и чем она красочнее, тем больше гарантии, что материал будет прочитан [1, с. 3]. Именно поэтому так важно пишущему выбрать, создать заголовок для публикации.

Создание заголовка или заголовочного комплекса газет и журналов может рассматриваться с позиции ономазиологического исследования языковых единиц. Это направление в лингвистике происходит из внутренней мотивировки, побуждения говорящего/ пишущего в конкретное выражение, языковую оболочку, оформленную различными способами и приёмами. О.И. Копач пишет, что ономазиологические исследования отвечают на вопрос, каким образом в языке происходит обозначение вещей и явлений мира. Их предмет – выражение идеи, принципы и закономерности номинации предметов и выражения понятий [4, с. 313]. С.А. Жаботинская отмечает, что ономазиология рассматривает значение: «В направлении от концепта или концептов – к соответствующим языковым формам, отвечая тем самым на вопрос: *Какая форма или формы обозначают данный концепт*» [4, с. 115].

Процесс наименования статей СМИ преследует различные цели. По мнению М.А. Дроги, заголовки создаются: 1) для замены развернутого описания более компактной формой; 2) для выражения авторского отношения к описываемому явлению, его оценки; 3) для привлечения внимания читателя. Мотиваторами составных наименований (заголовков) можно считать слова-стимулы, представленные в контексте употребления [3]. Отсюда М.А. Дрога предлагает использовать понятие ономазиологической плотности текста, «которая понимается как степень насыщенности текста словами-стимулами», которые определяют создание номинатемы.

Контексты словоупотребления связаны с заголовками СМИ различными средствами, стимулами. Этими стимулами выступают, например, однокоренные слова, слова, относящиеся к одной тематической и лексико-семантической группе, слова, связанные синонимическими/ антонимическими отношениями, различного рода ассоциаты и др. Поэтому

тексты статей газет и журналов характеризуются разной наполненностью языковых маркеров, определяющих связь с заголовочным комплексом.

Исходя из того, что создание заголовков печатных СМИ строится с опорой на текст статьи, важно определить мотивационные отношения между номинатемой и последующей информацией. Мотивация в ономазиологии – это связь между созданной номинатемой и определяющими её единицами на основе синонимических, ассоциативных, отсылочных и др. отношений. М.А. Лохницкая отмечает, что в ономазиологии мотивированность представляется как *результат создания мотивированной формы наименования* на основе мотивировочного признака, легшего в основу наименования [8, с. 25–27]. С.А. Жаботинская определяет мотивацию как отношение между концептом, или значением языковой формы, и фрагментом этого значения, запечатленном в «теле знака» [4, с. 117–118].

В СМИ разных стран существуют свои устоявшиеся формы и знаки для передачи информации, репрезентации исторических мировых событий. По словам Н.А. Голубевой, следует учитывать, что в языках существуют свои принципы номинативной знаковости и лингвокреативности [2, с. 154]. Поэтому, создание заголовка будет зависеть не только из личных побуждений автора, но и от общепринятых норм, закрепленных в той или иной культуре, стране.

Исходя из этого, обозначение, номинация одного и того же события в разноязычных СМИ будет осуществляться в соответствии с уже привычными и закрепленными формами, нормами и правилами.

#### *Номинация исторического события - первого полета человека в космос*

Представленное историческое событие нашло отражение практически во всех мировых СМИ прошлого столетия. Например, в газете «Комсомольская правда» от 13.04.1961г. заявлена статья с заголовком **«Прыжок во вселенную»**. В газете «Time» (0040781X, 4/21/1961, Том 77, Номер 17) по поводу этого события представлена статья с заголовком **«The Cruise of the Vostok»** (Крузиз (путешествие) «Востока»).

«Комсомольская правда» информирует читателей о первом в мире полёте человека в космос, выход во Вселенную. Говорится о том, что пилотом-космонавтом космического корабля «Восток» стал Ю.А. Гагарин, советский космонавт. Из текста статьи читатели узнают о периоде обращения «Востока», минимальное и максимальное удаление его от поверхности земли, угол наклона плоскости орбиты к экватору и вес космического корабля.

В статье английской газеты говорится о полёте корабля «Восток» с Ю.А. Гагариным на борту и даётся личное впечатление первого космонавта о выходе в космос. Он говорил, что Солнце в космическом пространстве в десятки раз ярче, чем на Земле, звезды хорошо видны, они яркие и четкие. Во время полёта Земля была видна с большой высоты и космонавт мог легко увидеть берега континентов, острова, крупные реки, складки местности, крупных водоемов. При прохождении над Советским Союзом, он заметил огромные площади колхозов.

Мотиваторами составления заголовков являются слова-стимулы, которые позволяют авторам создавать подобные наименования. В данных случаях номинатемы используются для полной характеристики события, замены развёрнутого описания более компактной формой. «Прыжок во вселенную»: «*выведен на орбиту* вокруг Земли первый в мире космический корабль – спутник «Восток»; *старт ракеты* прошел успешно; период *обращения корабля* – спутника; наблюдение за состоянием *в полёте*»; «The Cruise of the Vostok»: «*the Vostok had blasted off; The Flight is proceeding normally; The flight is normal; The flight was very successful; passing over the Soviet Union*». Важно отметить, что в обоих случаях слова-стимулы не дублируются, не переносятся из текста статей, они переосмысливаются и производят эмоционально-метафорический эффект.

В «Комсомольской правде» авторское отношение, оценка и характеристика произошедшего иллюстрируется наличием подзаголовка к статье: «КАПИТАН ПЕРВОГО ЗВЕЗДОЛЕТА – НАШ, СОВЕТСКИЙ!». Кроме того, статья сопровождается фотографией Ю.А. Гагарина, тем самым автор статьи, по мнению А. Бессонова, привлекает внимание читателей, делает презентацию статьи красочнее [1, с. 3].

Статья в газете «Time» не сопровождается ни подзаголовком, ни фотографией, ни какими-либо другими вспомогательными средствами, что свидетельствует о распределении информационной нагрузки только на заголовок и текст статьи.

Обе номинативные единицы относятся к **синтаксическому способу** (рус. – употребляется для обозначения действия, протекающего во времени, англ. – для обозначения пространственно-временного движения предмета номинации, являются единицами вторичной номинации), появились путём **переосмысления** (метафорический перенос и сравнение). С учётом аспектов типологии оба заголовка **событийные** (пропозициональные), поскольку покрывают понятие о ситуациях, происходящих в определенном месте, пространстве; **развернутые** («Прыжок во вселенную» состоит из двух самостоятельных и одной служебной единиц; «The Cruise of the Vostok» – из двух самостоятельных и трёх служебных единиц).

**Ономасиологическая структура** номинатемы «Прыжок во вселенную» включает «прыжок» (**базис**), и **дифференцирующий релятивный признак** «во вселенную» (признак направления базиса). **Ономасиологическая структура** словосочетания «The Cruise of the Vostok» включает **базис** («The Cruise») и ономасиологический **дифференцирующий квалификативный признак**, определяющий точную качественную характеристику базиса («the Vostok»).

Таким образом, исследуя заголовки русских и английских газет, выяснили, что заголовок как номинативная единица опирается на контекст, может соответствовать содержанию статьи полностью или может появляться путём переосмысления (метафорический перенос, ассоциативность, синонимические отношения и др.), в том числе и слов-стимулов, слов-мотиваторов.

Выбор составляющих номинативных элементов обусловлен эмоциональным настроением статьи, политической «подоплёкой» или атмосферой, важностью события для русских или англичан (историческое событие, как правило, трактуется по-разному). Отсюда различные в русском и английском языках ономаσιологический базис и признаки (соответственно – релятивные / квалификативные).

При этом существенно подчеркнуть, что во всех заголовках реализуются слова-стимулы (по терминологии М.А. Дроги), которые не совпадают в русском и английском заголовках, тем самым выступая в роли слов-мотиваторов и языковых маркеров.

### Список литературы

1. Бессонов А. Газетный заголовок. – Л.: Наука, 1958. – 62 с.
2. Голубева Н.А. Слово. Текст. Дискурс. Прецедентные единицы: Монография. – Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2009. – 401 с.
3. Дрога М.А. Составные наименования в русском языке: ономаσιологический и функциональный аспекты: автореферат диссертации кандидата филологических наук. – Белгород: 2010. – 22 с.
4. Жаботинская, С.А. Ономаσιологические модели в свете современных школ когнитивной лингвистики // С любовью к языку. – М.: Воронеж: ИЯ РАН, Воронежский Губ. – 2002. – С. 115–129.
5. Копач О.И. Теория номинации: история и современность, 2007. – с. 313–320.
6. Косых Е.А. Русская ономаσιология: учебное пособие / Е.А Косых. – Барнаул : АлтГПА, 2013. – 118 с.
7. Лазарева Э.А. Заголовок в газете. – Изд-во Урал. Ун-та, 1989. – 120 с.
8. Лохницкая М.А. К вопросу о соотношении мотивированных и немотивированных слов в русском языке (на примере наименований хранилищ) / М.А. Лохницкая // Идеи. Поиски. Решения: мат-лы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 30 ноября 2011 г. В 2 т. Т. 1 / редкол. Н.Н. Нижнёва. – Мн.: РИВШ, 2012. – с. 25–27.
9. Прыжок во вселенную // Комсомольская правда. – 1961. – №88 [11028].
10. The Cruise of the Vostok // Time. – 1961. № 17. – с. 9.