

А.Б. СМАЙЛОВА

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ТЕКСТЕ ГАЗЕТЫ

Как уже отмечалось, ИС имеет принципиально различное семантическое наполнение на уровне языка и речи, в частности – в тексте художественном или в газетном как письменной форме речевой деятельности. В различных функциональных стилях речи почти все разряды ИС имеют высокую частоту употребления, но всегда с разным набором стилистических функций.

В связи с этим разберем подробнее вопрос о функциях ИС в языке и речи. Специфические функции ИС на уровне языка и речи обособляют этот класс имен от нарицательных и являются одной из важных тем в ономастической семасиологии. Вопрос о функциях ИС и ИН также не имеет единого истолкования в лингвистической литературе. Актуальность функционального подхода к семантическому анализу знаковых единиц языка является достижением общей лингвистики 20 в. Большинство ученых признают, что «собственные имена гипертрофировано номинативны: они призваны называть, в этом их назначение» (А.А.Реформатский). Эту гиперфункцию ИС в языке называют не просто номинативной (как для ИН), а **номинативно-дифференциальной**, поскольку ИС называя – всегда различает отдельные объекты одного ряда. Второй его важнейшей функцией следует считать **идентифицирующую**, так как только при помощи ИС можно установить тождество называемых единичных объектов в речевой ситуации, на карте, в тексте и т.д.

Большой вклад в изучение вопроса о функциях ИС внесла А.В. Суперанская. Проведя анализ большого количества высказываний о функционировании ИС в языке и речи она пришла к выводу, что «функционирование ИС не отличается существенным образом от функционирования нарицательных, что свидетельствует об их теснейшей связи в языке и речи. Различия их, незначительные на лексическом уровне, делаются более очевидными на специальном ономастическом и частных (антропонимическом, топонимическом и т.д.) уровнях. Выявление этих уровней требует пристального внимания к именуемым объектам, которые сами по себе явля-

ются данностью экстралингвистической. Специальные ономастические функции ИС оказываются также экстралингвистическими, хотя они и осуществляются с помощью языковых средств (имен). Ономастические функции имен определяются «социальным заказом» и нередко объясняются не из фактов языка, а из общественного знания соотношения вещей» [1,273-274].

По мнению Суперанской А.В. специальной ономастической функцией является идентификация, которая включает в себя ряд подфункций: различение (дифференциация), адрес и описание (выделение, противопоставление, характеристика). В свою очередь, каждая категория онимов может иметь свои отличительные, свойственные только ей функции, являющиеся экстралингвистическими по характеру. Так, например, социальная функция свойственна в основном антропонимам, указательная (дейктическая) – топонимам.

Подольская Н.В. в «Словаре русской ономастической терминологии» приводит следующее обобщающее определение функции ИС: «Исполнение своей роли, своего назначения ИС в речи. Основная функция ИС **номинативно-идентификационно-дифференцирующая**». Эта функция в речи и тексте близка к **указательной и прагматической** (воздействующей). Она проявляется как апеллятивная или **контактоустанавливающая** (в обращении), а также как **адресная – «координатная»** в устных и письменных текстах, на картах и т.д. В принципе все функции ИС социальны, так как реализуются в социально-речевой ситуации, поэтому все эти функции мы рассматриваем как формы проявления главной функции – **номинативно-идентификационно-дифференцирующей**.

О.И. Фонякова выделяет свыше 15 функций ИС возникающих в сфере номинации, сигнификации и коннотации, в языке и в речи.

Подобное заключение О.И. Фоняковой по поводу функционирования ИС в языке расходится с мнением Суперанской А.В., которая считает, что в языке у ИС нет своих особых специфических функций. Их основная грамматическая функция – выразить в предложении подлежащее

и дополнение, а основная лексическая функция – номинация. Эти функции присущи ИС, как и именам нарицательным, всегда, независимо от сферы употребления и от специфики ситуации. В речи, в зависимости от ситуации, имена могут, подобно прочим лексическим единицам, служить основой сообщения (коммуникативная функция) и в качестве выразительного средства (экспрессивная функция) [1, 276]. Все остальные функции ИС – все это «своеобразное уточнение членение» коммуникативной функции, проявляющиеся в акте коммуникации.

Подобного мнения придерживается и Г.Б.Мадиева: «Поскольку ИС являются единицами языка, которому присуща коммуникативная функция, то и ИС выполняют эту функцию, т.е. помимо назначения быть номинативной единицей, ИС включаются в коммуникацию в качестве средства общения. Как отмечают исследователи, не существует единого мнения об определении объема функций языка. Однако в последние десятилетия многие ученые как сложное интегрированное явление выделяют коммуникативную функцию, которая включает в качестве подфункций номинативную, экспрессивную, волюнтативную, кумулятивную, познавательную, эстетическую, фатическую, адресную, магическую и др. В определенных условиях и в определенном объеме эти функции выполняют и ИС. В художественном тексте поэтические ИС могут выполнять стилистическую функцию, которая дифференцируется на такие подфункции, как характеризующая, идеологическая, эмотивная, экспрессивная, информативная» [2, 110]. Данная точка зрения кажется нам наиболее приемлемой, несмотря на то, что в лингвистической науке нет единого мнения по вопросу функционального содержания ИС. Мы считаем, что как бы ни были определены функции ИС, в речи они выполняют основную коммуникативную функцию, т.к. служат в качестве составляющих при создании акта коммуникации. А уж в зависимости от того, каким образом будет реализован этот акт, то есть с какой прагматической задачей или интенциональностью говорящего, будет зависеть и выбор определенных языковых средств. Практически все языковые средства данного речевого акта, в том числе и ИС служат как средства реализации речевого акта, либо придают высказыванию определенную эмоциональность, экспрессию.

В связи с тем, что объектом нашего исследования являются ИС иноязычного происхождения, считаем целесообразным, в первую очередь, изучение их функций в речи, т.к. это обусловлено самой спецификой появления и функционирования иноязычных ИС в любом языке. Как нам известно, иноязычные ИС проникают в принимающий язык в процессе заимствования, обязательным условием осуществления которого является межкультурная коммуникация или языковые контакты. Еще до того, как заимствованный оным освоен языком и зафиксирован лексикографическими источниками, он активно используется в устной и письменной речевых формах заимствующего языка. В этой связи приведем высказывание Е.А. Керимбаева, который утверждает, что «многие функции ИС обусловлены функциями самой речи и совпадают с ними» [4, 175]. Таким образом, для того чтобы определить функции ИС на речевом уровне, в частности в тексте современной газеты, необходимо изучить функциональные жанровые особенности газетных текстов и текст с точки зрения лингвистики.

Факт широкого спектра постановки проблемы текста свидетельствует о том, что к проблеме текста невозможно подходить только с лингвистической точки зрения, налицо экстралингвистический фактор проблемы. Мы также можем согласиться с мнением А.А. Залевской, утверждающей, что текст является несамодостаточной сущностью, «подлинная жизнь которого связана с продуцирующим или воспринимающим его человеком»; сущностью, которая «обитает» в культуре и структура которой задана ориентирами продуцента текста, ориентиры отвечают принятым культурой требованиям к языковому оформлению содержания текста. В свою очередь, требования по организации языкового оформления текста создаются человеком [5, 26].

Таким образом текст понимается не как чисто филологическая категория, а как некое социальное явление, параметры которого обусловлены определенными социально-психологическими факторами; как совокупность знаков, в которой представлены средства и причины его эмоционального воздействия, т.к. именно эмоционально-смысловая доминанта, по мнению многих ученых, является основным текстообразующим фактором и присутствует в любом тексте и, соответственно, в любом слове. Текст как совокуп-

ность языковых знаков приобретает смысл только в процессе коммуникации. Одновременно, слово, как языковой знак, приобретает смысловую значимость тоже только в ситуации общения. И текст и слово в нем выполняют одну основную общую функцию в процессе общения – несут информацию, которую Е.Ф. Тарасов, в свою очередь, подразделяет на два вида: предметно-логическую (интеллектуальную, дескриптивную, объективную, концептуальную, фактуальную), не связанную с ситуацией и участниками общения, и прагматическую (оценочностную, субъективную), функцией которой является воздействие на реципиента и передача ему своего отношения к предмету речи [6, 63].

Речевое воздействие можно представить как процесс, в структуре которого субъект воздействия развертывает активность по организации общения и по мотивации деятельности, к которой побуждается объект воздействия. Речевое воздействие осуществляется экономно – совмещением в одном слове и номинативной, и прагматической функций (там же).

Таким образом, любая информация, полученная реципиентом в форме текста в условиях речевой коммуникации и каждое слово (словесный знак) этого текста обусловлены воздействием на реципиента с целью мотивации к побуждаемой деятельности. Значит в условиях текста не может быть абсолютно нейтральных языковых единиц. Каждая, употребленная в нем языковая единица, подчинена цели всего высказывания. Можно только различить степень данной подчиненности по типу языковых знаков в высказывании. Цель речевого сообщения также диктует коммуникативную стратегию воздействия, реализуемую в употреблении определенных стилистических параметров слов, т.е. в абсолютном стилистическом значении слов и типизированных коннотативных значениях. По мнению Е.Ф. Тарасова, «объективными типизированными коннотациями часто «обрастают» заимствованные слова. Стилистические параметры слов определяют стилистику всего текста, а это основное условие реализации коммуникативной стратегии субъекта речевого воздействия – его интенций.

Газетный текст представляет собой совершенно отличный от других видов текст, характеризующийся своими правилами построения и оформления смысла, а также, созданный при не-

посредственном участии разных стилей языка: художественного, научного, разговорного, официально-делового. Важность и особенность (специфичность) занимаемого газетным текстом (языком) места в системе средств массовой коммуникации бесспорна. Специфичность заключается в ограниченных размерах текста и необходимости наполнения его большим объемом информации, обращенность к среднему рецептору и отсутствие непосредственной обратной связи с ним. Важность или значение газетного текста как средства массовой коммуникации заключается в том, что он является одним из главных средств формирования языковой культуры народа, развивающим и воспитывающим вкус к хорошей и правильной речи. Таким образом, язык газеты и газетный текст вызывают интерес исследователей в области норм литературного языка.

Как было отмечено выше, современный период развития СМИ характеризуется наибольшей активностью и усилением информативности, что, в свою очередь, повлекло кардинальные изменения во всех сферах массовой информации и печать не является исключением. Серьезные изменения наблюдаются в строе газетной речи. Это обусловлено стремлением уйти от сухого, стандартизованного, обезличенного официально-книжного газетного языка предшествующего периода; от традиционного изложения мысли. Отличительной чертой языка новой газеты стало использование разнообразных речевых конструкций, характеризующееся использованием профессионализмов, разговорной лексики, жаргона и активным использованием иноязычных слов, как имен нарицательных, так и собственных имен.

Для правильного понимания и интерпретации газетного текста важно учитывать жанровые традиции газетной публицистики, поскольку специфические особенности того или иного жанра оказывают определенное влияние на процесс создания текста, на степень его воздействия. Так ученые подразделяют жанры газеты на три большие подгруппы: информационные (заметка, интервью, репортаж, отчет), аналитические (статья, комментарий, обзор печати, обозрение), художественно-публицистические (очерк, фельетон, памфлет), характерные особенности которых зависят от поставленных перед ними задач.

Разностилевые элементы объединены единой функцией, доминирующей в тексте определенно-

го жанра. Такой общей для всех функцией является функция воздействия. Кроме этого, каждому языковому знаку присуща своя определенная функция, которую он выполняет в силу своей лингвистической природы.

Для ИС такой определенной функцией, по заключениям Г.Б. Мадиевой, является, кроме номинативной, «дифференциально-идентифицирующая, благодаря которой апеллятивная лексика приобретает статус онима. Именно эта функция, устанавливая связь с денотатом или референтом (мыслимым, воображаемым), отождествляя объект реальной/ирреальной действительности, выделяет его из ряда ему подобных. В современной ономастике долго не решался вопрос о включении в качестве объекта исследования таких названий, как этнонимы, прагмонимы, эргонимы, заголовки, литературные онимы, которые по своей структуре значительно отличаются от топонимов и антропонимов. Благодаря дифференциально-идентифицирующей функции они стали составлять корпус онимической лексики [3, 79].

Данный постулат как нельзя лучше отражает актуальность постановки проблемы функционирования ИС в тексте газеты, так как анализ частотности употребления иноязычных ИС в казахстанской публицистике показал на преобладание именно этих разрядов ИС. Таким образом, в современной прессе на казахском языке особенно часто употребляются следующие разряды иноязычных онимов: антропонимы, топонимы, прагмонимы, эргонимы, заголовки (часто включают в свой состав иноязычный элемент), этнонимы, литературные онимы. Частотность употребления остальных разрядов ИС нельзя назвать систематической.

Исходя из жанровой характеристики газетных текстов, можно сделать анализ выполняемых в них иноязычными ИС функций. Тексты информационного жанра отличаются клишированностью и стандартизованностью использования языковых единиц. Основной прагматической задачей таких текстов является точное донесение информации о событиях в стране и за рубежом. Таким образом, наиболее часто употребляемые в них антропонимы, топонимы и эргонимы выполняют функции: **номинативно-дифференциально-идентифицирующую, социальную, контактоустанавливающую, адресную, прагматическую** (Сирияға катысты санк-

ция колдану жөніндегі қарар жобасын Вашингтон, Париж және Лондон алға тартты. Израиль полициясы қатарлық «Ал-Жазира» телеарнасының операторы Набиль Мазавиды тұтқындады).

Газетные тексты аналитического жанра на современном этапе развития современной публицистики отличаются сочетанием стандарта и экспрессии (оценочности), обусловленное авторской позицией. Как отметила Е.А. Журавлева, «Главным существенным признаком жанровой формы остается образ автора, так как отношение к действительности, составляющее специфику любого жанра, воплощается прежде всего в образе автора. В содержательном аспекте образ автора воплощает характер отношения к действительности, в лингвистическом – определяет речевую форму жанров» [7, 15]. «Автор – главный стилеобразующий фактор публицистического текста. В нем концентрируются ведущие стилиевые устремления, тенденции эпохи. Каждая эпоха формирует свой обобщенный (усредненный) тип автора, конкретизируемый в бесчисленном количестве публицистических текстов» (там же).

Факт актуализации образа автора в текстах аналитического жанра современных газет, сделал их схожими по качеству воздействия с текстами художественно-публицистического жанра. Иноязычные ИС, употребленные в подобных текстах, отличаются разнообразием использования и функционирования. В текстах аналитического и художественно-публицистического жанров можно встретить ИС практически всех разрядов, выполняющие следующие функции: **прагматическую** (воздействующую), **апеллятивную** или **контактоустанавливающую, адресную, указательную, информативную, аккумулятивную, эмоционально-оценочную и эстетическую** (Өскеменнің ауасы – анау, суы – мынау... «Біз Отанды сүйеміз» деген жазуы бар үлкен жарнама жанынан бұрылған Зәкірдің «Линкольны» Дмитровка шоссесінен тар көшеге түсті де «Золотая нива» ресторанының қасына келіп тоқтады).

Последние две функции тесно связаны с понятием **прецедентные имена**, изучение которых активизировалось в последнее время. Так Г.Б. Мадиева формулирует прецедентное имя как «любое ИС, связанное с конкретной ситуацией, широко известным текстом, отдельной исторической или широко известной личностью, обла-

дающее рядом дифференциальных признаков, которые позволяют вызывать определенные ассоциации и использовать их в качестве сравнения (Таяуда Орал каласында бірнеше ай бойы қала тұрғындарын алдап, талайды сан соқтырып жүрген **Остап Бендердің** бір туысы қамауға түсті)» (пример Г. Б. Мадиевой) [3, 56].

Все вышеперечисленные функции ИС свойственны им также и в жанре коммерческой рекламы, который выделяется многими учеными как особый специфический жанр современной публицистики, требующий специального изучения. Тексты этого жанра наполнены большим количеством прагмонимов, эргонимов, антропонимов, топонимов и аббревиатурованных онимов, которые выполняют адресную, указательную, информативную, эстетическую функции, но главной их функцией является функция воздействия или **прагматическая** с целью повлиять на выбор потенциального потребителя товара или услуг («КННК Интернационал в Казахстане» ЖШС-ға мына мамандар қажет. «Жилстрой-сбербанк» — тұрғын үй сатып алуға және жөндеуге берілетін несиелер).

Вопрос о выполняемых номинативными единицами функциях на уровне языка и речи является актуальным в современном языкознании.

Поскольку ИС являются единицами языка, то в определенных условиях и в определенном объеме они выполняют коммуникативную функцию, т.е. помимо назначения быть номинативной единицей, имена собственные включаются в коммуникацию в качестве средства общения и могут быть единицами познания» [3, 81].

Таким образом, все рассмотренные нами функции иноязычных ИС, которые они выполняют в тексте современной газеты являются подтипами одной общей коммуникативной функции, свойственной всем вербальным единицам в речи.

Одним из свойств газет при передаче материала является публичность, то есть максимальная доступность всем членам общества, а значит газетно-публицистическая речь обладает социально-оценочным признаком, коммуникативной общезначимостью, которые проявляются на уровне языка. Автор (журналист) является тем самым «колесом», приводящим в движение весь механизм газетной статьи и контролирующим не только ее содержательный аспект, но и коммуникативный (оценочный, экспрессивный, лингвистический). Он, как субъект речевого воздействия, реализует коммуникативную стратегию, свои интенции.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Суперанская А.В.* Общая теория имени собственного. М., 1973.
2. *Мадиева Г.Б.* Теория и практика ономастики. Алматы: Қазақ университеті, 2003.
3. *Мадиева Г.Б.* Имя собственное в контексте познания. Алматы: Қазақ университеті. 2004.
4. *Керимбаев Е.А.* Казахская ономастика в этнокультурном, номинативном, функциональном аспектах. Алматы, 1995.
5. *Залевская А.А.* Текст и его понимание. Тверь, 2001.
6. *Тарасов Е.Ф.* Стилистические параметры текстов массовой коммуникации.
7. *Журавлева Е.А.* Язык газеты в лексико-функциональном ракурсе: Учебное пособие. Алматы, 2003.