



УДК 81'373.21
ББК 81.031.4

ВОЗМОЖНОСТИ ГЕТЕРОНОМИНАТИВНОГО ПОДХОДА К АНАЛИЗУ КОРПУСА ТЕКСТОВ О ВОЛГОГРАДЕ В СМИ ¹

А.А. Громыхина

В статье представлены результаты лингвистического исследования корпуса текстов о Волгограде с позиции их номинативности как элемента системного мониторинга содержания региональной прессы. Объектом рассмотрения является совокупность вторичных номинаций города, используемых в межтекстовом пространстве региональных СМИ. Обоснован тезис о том, что совокупность номинаций в текстах создает целостный гетерономинативный образ называемого объекта. Гетерономинативный аспект текста рассматривается в качестве основы для выявления концептуальных представлений о городе.

Ключевые слова: номинация, вторичная номинация, гетерономинативность, топоним, текст СМИ, корпус текстов, концепт.

Проводимое исследование посвящено изучению номинатива *Волгоград* в региональной прессе, который выступает как элемент системного мониторинга ее содержания, проводимого в рамках тематики научного направления «Эколингвистический мониторинг региона». В настоящее время исследования корпусов текстов и больших информационных ресурсов приобретают все большую популярность, поскольку именно корпус текстов отражает состояние языка в определенный хронологический период [9].

Формирование корпуса региональных медийных текстов и их изучение ориентированы на выявление элементов, репрезентирующих культурные ценности жителей Волгоградского региона и соответствующих экологическим критериям формирования информационной среды [7]. Особую значимость при этом приобретают лингвистические единицы, представляющие ключевые понятия культуры, к которым А. Вежбицкая относит и номинативные единицы, называющие географические объекты и имеющие поэтому единичный и уникальный предмет обозначения [2].

Для современного урбанизированного общества город есть необходимым элементом картины мира индивида [5]. Таким образом, возникает проблема изучения имени города как феномена духовной жизни человека, который «является культурной константой, объективированной в социальном пространстве и, одновременно, представленной в духовной культуре, менталитете людей» [6, с. 80].

Данное исследование посвящено описанию обобщенного образа города на основе выявления особенностей репрезентации концепта «Волгоград» в текстах региональной прессы посредством вторичных номинаций. При этом номинативность рассматривается в когнитивно-коммуникативном аспекте – как реализация номинативной функции единиц в тексте, направленном на читателя и представленном в виде характеризующих обозначений, которые обладают не системными (кодифицированными в языке), а функциональными свойствами (в виде текстовых реализаций).

Как показали наши исследования, при формировании смысла текста и его коммуникативной направленности важную роль играют не только прямые номинативные единицы, но и их вторичные варианты. Под тер-

мином «вторичная номинация» мы понимаем слова и дескрипции, обладающие номинативной функцией, денотативным тождеством [10, с. 210] и сигнификативным различием с первичным именем. При назывании значимых объектов текста мы считаем неизбежным появление характеризующих его вторичных номинаций. В теории номинации данное явление в пределах текста называют также семантическим варьированием. Актуальным сегодня является комплексное исследование процесса номинативного варьирования в тексте во всем многообразии его форм и средств (О.А. Бабушкина, Р.А. Благодатова, В.Г. Гак, Е.В. Гуськова, И.З. Ильина, Л.В. Калашникова, Ф.И. Каргашкова, Е.Д. Фатеева, Х. Хиж, Е.Ю. Яценко).

По отношению к набору номинативных единиц, характеризующих один объект в тексте, Н.Д. Арутюнова применяет понятие «гетерономинативность». По мнению ученого, гетерономинативность имеет разные причины и разную целенаправленность: она частично обусловлена речевым узусом, частично зависит от прагматического фактора (например, изменения обстановки речевого акта или его адресата), в известной степени она связана с общим смыслом сообщения: «Гетерономинативность может быть следствием предципирующих возможностей номинаций, пользуясь которыми говорящий одновременно идентифицирует предмет речи для собеседника и сообщает о нем дополнительные сведения или дает ему оценку. Гетерономинативность иногда возникает в результате введения в текст образных, опосредованных номинаций предмета. Гетерономинативность соответствует естественному развитию текста, создатель которого в лучшем случае осуществляет переход от экзистенциальной (вводной) номинации к номинации идентифицирующего типа, которая может видоизменяться по мере расширения объема сообщаемой адресату информации об объекте» [1, с. 305]. Действительно, особенностью именованного, согласно закону С.О. Карцевского об асимметричном дуализме лингвистических единиц [8], является то, что имя может иметь в конкретном случае только одно значение, тогда как один и тот же предмет может получать ряд наименований.

Понятие гетерономинативности, использованное в нашем исследовании, включает всестороннее рассмотрение различных номинаций основного объекта – города Волгограда – в текстах региональных СМИ. Совокупность различных номинаций создает «номинативный» портрет объекта, задающий в тексте смысловую направленность. Рассмотрим пример текста:

*Практически все участники сошлись во мнении, что место проведения российско-германской конференции символично. **Сталинградская земля** – место ожесточенных боев – стала тем местом, где налаживаются партнерские взаимоотношения и связи. **Место когда-то ожесточенных боев** стало местом сотрудничества не только между Россией и Германией, но и между представителями других стран. Именно поэтому мы очень рады принимать сегодня в **нашем городе** гостей из Германии и других стран мира. Волгоград – просто **фантастический город**. Он выстоял в огне сражений ВОВ и сейчас выглядит красивым, цветущим, современным. Я очень рада, что конференция городов-партнеров проходит именно здесь, **на берегах Волги**... Знаменательно, что ваш юбилейный форум проходит в **городе-герое** Волгограде, где благодаря дипломатии и родилось всемирное движение породненных городов... В **российском мегаполисе** диалог муниципальной власти и общественных организаций имеет и политическое измерение².*

В представленном текстовом фрагменте для обозначения Волгограда и в целом Волгоградского региона используются такие номинативные средства, как личное местоимение (*он*), обобщенные обозначения (*город, мегаполис*), развернутые характеризующие номинации (*Сталинградская земля, место ожесточенных боев, наш город*). Как видно, цепь номинаций последовательно вносит новую информацию об объекте (место боев – дружественные связи с другими городами – напоминание о великой победе Сталинграда, упрочившей статус города как героя, – современный экономический статус города – принадлежность автора текста к этому городу). Данная цепь образует смысловой каркас текста, реализованный преимуще-

шественно вторичными номинациями как более информативными единицами по сравнению с местоимениями и словами обобщенного значения.

Как показал анализ материала, механизмы текстовой номинации действуют и в масштабах глобальной когерентности текстов, составляя интертекст региональной печати. Эта совокупность текстов сохраняется в сознании носителя языка в виде многообразных вторичных номинаций, формирующих образ объекта. При исследовании корпуса текстов региональных СМИ мы расширили объем понятия «гетерономинативность» и распространили его на сверхтекстовое и интертекстовое пространство СМИ. В качестве этих сложных образований рассматривались соответственно совокупности публикаций внутри одного издания и тексты о Волгограде в целой совокупности изданий. Таким образом, гетерономинативная специфика топонима *Волгоград* по отношению к набору всех единиц, связанных с данным объектом, нами рассматривалась на материале всей совокупности обозначений города в медийном пространстве региональных СМИ.

На предварительном этапе работы нами были выявлены основные типы форм вторичного означивания города в региональных СМИ [4; 6]. В данном исследовании установлена семантическая отнесенность гетерономинатива города и выделены тематические группы, позволяющие установить повторяющиеся оценочные компоненты в его содержании. Вектор оценочности (положительной, отрицательной или нейтральной) может быть мотивирован разными видами оценочных значений [1; 3], среди которых нами учитывались следующие:

1) *денотативное* оценочное значение, выявляющееся на основе анализа предметного значения слова, с его местом на шкале категорий «хорошо/плохо», или ее аналогов (*новый прекрасный город на Волге*);

2) *контекстуально* формируемое оценочное значение, характерное для многозначных слов (*светлый город для светлых людей*) или появляющееся при наличии модальных компонентов, наречий меры и степени и т. п. (*не просто точка на карте, далеко*

не самый проблемный город, только теоретически богатая область);

3) *имплицитная* оценочность, связанная с репрезентацией социально значимых ценностных представлений, к которым относятся ценности общечеловеческие (дом, любовь, красота, победа) и прагматические, отражающие потребности материальной жизни человека (расположение, узнаваемость, экономическое благополучие региона).

Анализ оценочных компонентов семантики исследуемых номинативных единиц с учетом контекста их употребления позволил установить место некоторых вторичных обозначений в нашей классификации. Так, частотная по употребляемости номинация *город-миллионник*, имеющая нейтральное денотативное значение – «город, численность населения в административно-территориальных границах которого превышает один миллион человек»³, в медийных текстах приобретает положительный вектор оценочности, мотивированный представлениями, сохранившимися от советского времени об особом статусе таких городов, являющихся «местом притяжения и сосредоточения человеческих, трудовых, промышленных, культурных, экономических ресурсов не только в масштабах России, но и отчасти соседних стран и мира»⁴. Данные представления подкрепляются, например, следующим фактом: 25 лет назад родителям ребенка, ставшего миллионным жителем Волгограда, подарили квартиру. Несмотря на то что сегодня прагматическая значимость статуса города-миллионика для простого жителя значительно снижена, интерес к нему остается.

Особую ценность для прессы Волгограда представляет военная тематика, выраженная в реализациях значения *город-защитник* (защита южных рубежей России в царицынскую эпоху и победа в Сталинградской битве). Именно поэтому амбивалентные по оценочной семантике лексемы *воин, комбат, крепость* в номинациях *город-комбат, город-воин, царицынская крепость*, используемые в региональных текстах, чаще всего приобретают положительную оценку. В обобщенном виде данный материал представлен в таблице 1.

Таблица 1

Соотношение компонентов значения гетерониматива Волгоград и тематических классов вторичных номинаций города

Тематические группы вторичных номинаций	Значение формирующих компонентов		
	Положительная оценочность	Нейтральная оценочность	Отрицательная оценочность
Героический Сталинград	<i>город-герой, город-солдат, священное место, благословенный город, Сталинград, город, оплот мира, город-победитель, гордость России</i>	<i>легендарный</i>	<i>эксгерой (экс-герой), город былой славы</i>
Царицынская крепость	<i>город-защитник, город-крепость, крепость на переволоке</i>		
Экономика города	<i>благополучный регион, благодатная земля, закрома России, агропромышленный гигант, дающий регион, далеко не самый проблемный город</i>	<i>город-миллионник, сельхозпроизводитель, город арбузов, центр химической индустрии, город торговли и бизнеса, авто-город, рыбный край</i>	<i>депрессивный регион, сложный регион, дыра, зона рискованного предпринимательства, неприятное исключение из правил, транзитный пункт, город-вокзал, когда-то рыбный край, только теоретически богатая область</i>
Географические характеристики		<i>степной край, речной край, большой город, южный город</i>	<i>длинный город, город ветров, пыльный «красавец»</i>
Отношение к Волге	<i>гигант на Волге, волжский красавец, волжский богатырь, волжский фрегат</i>	<i>город на Волге, Рекоград, город на волжском берегу, город на переволоке</i>	
Город и его жители	<i>город-труженик, город-ударник, город героев, город спорта, город маленьких талантов, родина славных сынов Отечества, кузница спортивных кадров России</i>	<i>город-миллионер, родина спортсменов, политический субъект России</i>	<i>бездушный мегаполис, властный центр, область непростых нравов</i>
Центр науки, культуры, искусства	<i>колыбель современных технологий, город славных традиций, родина «Провинциальной музыки»</i>	<i>край казачьей культуры, город студентов, центр региональной культуры</i>	<i>провинциальный город, некультурный город</i>
Внешний облик	<i>город-сад, красивый город, волжский красавец, исполин величавый</i>		<i>дымный «красавец», серая глубинка, заводская территория</i>

Тематические группы вторичных номинаций	Значение формирующих компонентов		
	Положительная оценочность	Нейтральная оценочность	Отрицательная оценочность
Впечатление о городе	<i>перспективный край, динамично развивающийся регион, молодой город, героический город, зеленый город</i>	<i>город-котел, революционный город, регион патриотизма, «красный пояс»</i>	<i>дотационный регион, бедный регион, источник наживы для Москвы, пестрый город, скучный город</i>
Место среди других географических объектов	<i>центр, ключевой пункт на карте России, крупный, индустриальный гигант Нижнего Поволжья</i>	<i>областной центр, 34-й регион, субъект ЮФО, столица казачьего края, индустриальный центр Нижнего Поволжья, перекресток, крупный областной центр Юга России</i>	<i>периферия, отстающий регион, депрессионный регион</i>
Субъективное отношение	<i>любимый город, близкий сердцу край, мой город, наш город, свой город, город детства, город первой любви, солнечный город, город тепла, светлый город для светлых людей</i>		<i>скучный город, братская могила, город на крови, город ограниченных возможностей, жесткий город, чужой город, нездоровый регион</i>

Таким образом, гетерономинативный подход может рассматриваться в качестве продуктивного метода анализа текстовой информации по одному из параметров (название города), актуальному для изучения региональных текстов. С другой стороны, широта гетерономинативного подхода позволяет выявить более объективную информацию о городе как предмете публикаций в СМИ, поскольку при помощи названных средств осуществляется определение предмета речи и отнесение оценочной информации к данному предмету речи.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Исследование проводилось в рамках тематики и при финансовой поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг. (Госконтракт № 02.740.11.0367).

² Демичева, Е. Импульсы сотрудничества / Е. Демичева // Вечерний Волгоград. – 2009. – № 25. – С. 5.

³ Там же.

⁴ Там же.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова, Н. Д. Номинация и текст / Н. Д. Арутюнова // Языковая номинация : (Общие вопросы). – М. : Наука, 1977. – С. 304–357.
2. Вежбицкая, А. Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежбицкая. – М. : Языки славян. культуры, 2001. – 288 с.
3. Герасименко, И. Е. Гендерная самоидентификация и глобальная текстовая когерентность / И. Е. Герасименко // Художественный текст: варианты интерпретации : тр. XII Всерос. науч.-практ. конф. (Бийск, 18–19 мая 2007 г.) : в 2 ч. – Ч. 1. – Бийск : БГПУ им. В.М. Шукшина, 2007. – С. 147–153.
4. Громыкина, А. А. Модели развернутых вторичных номинаций (на примере наименований г. Волгограда) / А. А. Громыкина // Арnaudов сборник : доклады и сообщения. – Т. 6. – Русе : Изд-во «ЛЕНИ-АН», 2010. – С. 491–496.

5. Ильин, В. Г. Город как концепт культуры : дис. ... д-ра социол. наук : 24.00.01/ Виктор Григорьевич Ильин. – Ростов н/Д : [Б. и.], 2004. – 331 с.

6. Ионова, С. В. Вторичные номинации топонима «Волгоград» в региональной прессе / С. В. Ионова, А. А. Громыкина // Язык региона : Лексика. Грамматика. Функциональное пространство : сб. науч. тр. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2009. – С. 79–103.

7. Ионова, С. В. Основные направления эколингвистических исследований: зарубежный и отечественный опыт / С. В. Ионова // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2, Языкознание. – 2010. – № 1 (11). – С. 86–93.

8. Карцевский, С. О. Об асимметричном дуализме лингвистического знака / С. О. Карцевский // Звегинцев, В. А. История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях. – 3-е изд. – М. : Просвещение, 1965. – С. 85–93.

9. Рыков, В. В. Корпус текстов как отражение состояния русского языка / В. В. Рыков // Материалы Международного конгресса «Русский язык: исторические судьбы и современность». – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2001. – С. 31–32.

10. Телия, В. Н. Вторичная номинация и ее виды / В. Н. Телия // Языковая номинация : Виды наименований. – М. : Наука, 1977. – С. 129–222.

ON HETERONOMINATIVE APPROACH TO THE CORPUS ANALYSIS OF MEDIA TEXTS ABOUT VOLGOGRAD

A. A. Gromykhina

The present paper deals with the results of linguistic research of media texts about Volgograd in terms of their nominative means for regional mass media content monitoring. It focuses on the variety of the city's secondary nominations employed in the intertextual space of regional mass media. The author grounds the thesis that all the nominations established form the integral heteronominative image of Volgograd. The heteronominative aspect serves as a basis for the city's conceptual notion.

Key words: *nomination, secondary nomination, heteronomination, toponym, mass media text, text corpora, concept.*