

СЕКЦИЯ
«ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
ИЗУЧЕНИЯ ВЗАИМОСВЯЗИ ЯЗЫКА, КУЛЬТУРЫ, ОБРАЗА
МИРА, ЧЕЛОВЕКА ГОВОРЯЩЕГО»

SECTION
“THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PROBLEMS OF
STUDYING THE RELATIONSHIP
BETWEEN LANGUAGE, CULTURE, IMAGE
OF THE WORLD, AND THE SPEAKING PERSON”

УДК 811.111.

Е.А. Алексеева, доктор филологических наук
Воронежский государственный университет,
Воронеж, Российская Федерация

E.A. Alexeeva, Doctor of Philology
Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation

НОМИНАЦИЯ КАК ТРАНСЛЯТОР
РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

NOMINATION AS A TRANSMITTER
OF REGIONAL IDENTITY

Исследуются заголовки СМИ французского региона Новой Аквитании, которые рассматриваются как номинативное явление, несущее конденсированную информацию в аспекте отражения ими признаков региональной идентичности с помощью топонимической номинации объектов регионального пространства. Обнаружено, что исследуемые заголовки являются комплексными маркерами региональной идентичности.

Ключевые слова: топонимическая номинация; маркер региональной идентичности; региональная идентичность.

The study examines media headlines from the French region of Nouvelle-Aquitaine, analyzed as a nominative phenomenon that carries condensed information reflecting markers of regional identity through the use of toponymic nomination for objects within the regional space. It is revealed that the examined headlines function as complex markers of regional identity.

Key words: toponymic nomination; marker of regional identity; regional identity.

В докладе представляется специфика номинации в отражении региональной идентичности, в частности, статус и роль топонима в заголовках.

Цель проведенного исследования заключается в определении роли топонимов, отражающих региональную идентичность в заголовках региональных СМИ.

Заголовок является одной из важных составляющих медиатекста, которая в краткой форме дает информацию о содержании материалов [Головина 2006], является ««сгустком» информации, репрезентирует в сжатом виде смысл медиатекста» [Белова 2013: 794].

Мы рассматриваем заголовок как особый медийный формат вербализации нового знания в рамках медийного дискурса. Заголовки как номинативное явление, несущее конденсированную информацию, исследуется нами в аспекте отражения ими признаков региональной идентичности с помощью использованной в них номинации объектов регионального пространства, которые мы определили как комплексные маркеры региональной идентичности [Алексеева 2022: 34]. Под комплексным маркером идентичности мы понимаем номинацию объекта городского/регионального пространства, «идентичностный потенциал которой складывается из двух компонентов: документального и собственно языкового» [Алексеева 2023: 134].

Исследование проводится на примере пятидесяти заголовков, содержащих номинации региональных объектов, извлеченных из прессы региона Новая Аквитания за 2021–2023 годы.

Анализ номинативного потенциала заголовков по характеру использованных топонимов показал, что они содержат следующие группы объектов региона Новая Аквитания: 1. Административные единицы территории Франции; 2. Урбанонимы (названия объектов городской инфраструктуры), 3. Объекты географического ландшафта, 4. Эргонимы (названия компаний, предприятий), 5. Названия праздников, мероприятий, 6. Названия людей (наименования жителей определенной области, имена собственные людей).

Проведенный анализ заголовков позволяет сделать следующие выводы.

1. Полученная классификация дает возможность систематизировать типы объектов, которые авторы выносят в заголовок в виде топонимов при изложении региональных новостей.

2. Классификация позволяет определить статус топонима как маркер региональной идентичности, символизирующий реализацию административного управления, культурное и историческое наследие, экономическую деятельность, туристическую привлекательность региона.

Результаты исследования уточняют возможности использования топонима в качестве одного из основных источников новой информации, определяют его роль в системе организации, передачи и восприятия национально-культурной и региональной специфики, способствуют дальнейшему изучению идентичностных свойств номинативных единиц.

Список литературы

Алексеева Е. А. Иноязычный урбаноним как индикатор поликультурного диалога // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 22. Теория перевода. 2022. № 1. С. 27–37.

Алексеева Е. А. Номинация культурного мероприятия как комплексный маркер региональной идентичности // Вестн. МГПУ. Филология. Теория языка. Языковое образование. 2023. № 4. С. 128–148.

Белова Ю. А. Смысл газетного заголовка: трудности интерпретации // Вестн. Башкирского ун-та. 2013. Т. 18. № 3. С. 794–796.

Головина И. В. Особенности функционирования заголовков в форме простых повествовательных предложений в современной немецкой прессе: дис. ... канд. филол. наук. 10.02.04. Москва, 2006.