

Валентина Владимировна Корнева, д. филол. н.  
Воронежский государственный университет,  
Воронеж, Россия  
э-почта: kornevavalentina@mail.ru

Valentina Vladimirovna Korneva, Dr. of Sc.  
(Philology)  
Voronezh State University, Voronezh, Russia  
e-mail: kornevavalentina@mail.ru

## **ЯНУС ДВУЛИКИЙ, А ТОПОНИМ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ МНОГОЛИКИЙ**

Анализируются случаи переносного употребления топонимов в медиапространстве, выявляются модели метонимических переносов для отдельных классов топонимов, делаются выводы о корреляции между классом топонима, его полифункциональностью и топи́ком.

*Ключевые слова:* медиапространство; топоним; вторичная номинация; метонимия; метонимические модели.

## **JANUS IS TWO-FACED WHILE THE TOPONYM IN THE MEDIA SPACE IS MANY-FACED**

The cases of figurative use of toponyms in the media space are analyzed, models of metonymic transfers for individual classes of toponyms are identified, conclusions are made about the correlation between the class of a toponym, its polyfunctionality and topic.

*Key words:* media space; toponym; secondary nomination; metonymy; metonymic models.

Современная парадигма лингвистического знания характеризуется разнообразием подходов и интересов к исследованию языкового материала. В частности, наблюдается повышенный интерес к изучению особенностей функционирования языка в масс-медийном пространстве, что приводит к формированию отдельного направления – медиалингвистики как отдельного направления. В то же время внимание ученых привлекает функционально-семиотический потенциал отдельных языковых единиц, особенно их возможности порождения образования вторичных языковых структур, а также механизмы их образования. Наиболее очевидным результатом такого подхода к исследованию функционирования языковых единиц стала метафорология – наука об использовании метафоры носителями языка в разных дискурсивных практиках. Между тем метонимия – другой важнейший механизм порождения вторичных языковых структур – в современной лингвистике пока не получила должного освещения, а между тем метонимия широко используется в медиапространстве. Особенно характерна метонимия для таких языковых единиц, как топонимы. В связи с этим исследование метонимического использования топонимических единиц в медиапространстве представляет актуальную лингвистическую задачу. Предметом нашего изучения являются топонимы как средство вторичной номинации, а целью является выявление основных моделей метонимических переносов, реализуемых данными языковыми единицами в медийном пространстве. Материалом для исследования послужили новостные сообщения онлайн-версий отечественных газет и телевизионная программа «Вести», при анализе которых использовались метод наблюдения и сравнительно-сопоставительный метод.

Анализ функционирования топонимов в масс-медиа показал, что они обладают богатым семиотическим потенциалом и что в зависимости от дискурсивных условий они реализуют то одно, то другое значение. Наряду с традиционным использованием топонимов как средств первичной номинации для локализации события в пространстве они зачастую употребляются как средства вторичной номинации и выполняют уже другую семиотическую функцию [1]. Как средство первичной номинации топонимы в новостном сообщении, имеющем топонимы, в медиапро-

странстве способны отвечать не только на вопрос *где*, но и прототипическую структуру *что/кто – где – когда*, отвечают на вопрос *где*, а как средство вторичной номинации они отвечают уже на вопрос *что / кто*. В последнем случае происходит формальное свертывание информации, правильное толкование которой тем не менее не вызывает затруднений у реципиентов, если соблюдаются следующие условия: известность топонима массовой аудитории и определенные контекстные условия его употребления, задаваемые главным образом тематикой сообщения. Благодаря данному обстоятельству топонимы являются чрезвычайно востребованными в медиапространстве языковыми единицами (см., например, [2]).

В то же время проведенный анализ показал, что если на использование топонимов как средств первичной номинации нет никаких ограничений и в принципе любой топоним может стать средством пространственной локализации события или действия, то способностью к транспозиции значения в медийном пространстве обладают лишь определенные классы топонимов, а именно названия континентов, названия стран, названия столичных и других городов, а также названия внутригородских объектов. Наиболее частотными в медиапространстве являются названия стран, названия столиц и – в меньшей степени – названия внутригородских объектов. Подтвердим сказанное примерами из ленты новостей:

*Между США и Европой нет согласия* (lenta.ru/28.02.25);

*Мы признательны Турции за поддержку и выступление против антироссийских санкций* (lenta.ru/28.2.25);

*Украина может забыть о членстве в НАТО* (lenta.ru/28/02/25);

*Россия и Турция активно развивают сотрудничество по многим направлениям* (lenta.ru/28.02.25);

*У России и Китая схожие взгляды по ключевым международным и региональным проблемам* (lenta.ru/28/02/25);

*Также стоит отметить крупную победу Испании над Кипром (6:0)* (lenta.ru/26.02.25);

*Сделка Вашингтона и Киева по минеральным ресурсам завершена* (lenta.ru/28.02.25);

*Кремль обозначил судьбу новых регионов и перспективы отношений с США* (crimea.ria.ru/27.02.25).

Транспозиция значения этих и других классов топонимов в медийном пространстве осуществляется главным образом на основе метонимических переносов. С учетом их многообразия можно выделить определенные модели метонимических переносов (метонимические модели), состав и количество которых значительно варьируются в зависимости от тематики сообщения. В частности, для названия стран – наиболее частотного в масс-медиаклассе топонимов – выявлены следующие метонимические модели: *страна* → *руководство страны*, *страна* → *актор международной политики* (в сообщениях политической тематики); *страна* → *экономика страны*, *страна* → *рынок страны* (в сообщениях экономической тематики); *страна* → *национальная сборная*; *страна* → *соревнования* (в сообщениях спортивной тематики).

Примечательно при этом, что для обозначения одного и того же референта используются разные классы топонимов. Так, для номинации руководства страны кроме названия самой страны широко используются также названия столиц и названия резиденций глав государства (примеры см. выше). Вариативность характерна и для использования топонимов в качестве средств обозначения других референтов.

Таким образом, топонимы в медиапространстве действительно являются многоликими, и в зависимости от дискурсивных условий их бытования они поворачиваются к реципиентам то одной стороной, то другой, то третьей. Дальнейшая перспектива исследования видится нам в привлечении корпусов разных языков для верификации и уточнения полученных данных, а также для сравнительного анализа частотности отдельных моделей метонимических переносов топонимов в медиапространстве.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Корнева В. В., Разворотнева И. Н. Топонимы в заголовках медиатекстов (на материале испанского языка) // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. № 4. С. 83–89.
2. Корнева В. В., Разворотнева И. Н. Особенности функционирования топонимов в заголовках медиатекстов международной тематики (на материале русского и испанского языков) // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. 2024. № 2. С. 55–60.