

**ПОЛЬСЬКІ ПРЕСОНІМИ:
ДЕНОТАТНО-НОМІНАТИВНА КЛАСИФІКАЦІЯ**

Гонца І. С.

ВСТУП

Власні назви, або оніми – це мовні універсалиї, які функціонують із давніх часів майже в усіх мовах світу, масово вживані мовцями та репрезентують спільність основних ознак. В Україні ономастика (наука про власні назви) почала свій динамічний розвиток у середині минулого століття. Спершу основну увагу ономастів було зосереджено на антропонімічних і топонімічних розвідках, і так тривало кілька десятиріч. Однак упродовж останніх років ономастика зазнала стрімких змін, зокрема відчутно розширився обсяг об'єкта дослідження, відбулося запровадження нових методів до вивчення традиційних шарів національної онімії, виникли нові напрями (зокрема, когнітивна, конотативна, фольклорна ономастики тощо).

Сьогодні в працях з ономастики особливе місце відведене ідеонімам, власним назвам нематеріальних об'єктів (художніх, музичних творів, наукових, публіцистичних, релігійних праць, найменувань картин, скульптур, кінофільмів, театральних і церковних вистав, балетів, різноманітних шоу тощо). Однак досі не стала об'єктом комплексного дослідження така група ідеонімів, як гемероніми, зокрема власні назви засобів масової інформації (далі – ЗМІ). Наявні розвідки мають лише принагідний характер і засвідчують необхідність спеціального вивчення цього розряду пропріативів, вирішення проблем градації, мотивації та функціонування зазначених онімів.

Засоби масової інформації займають особливу нішу в суспільстві й мають характерну особливість – постійне оновлення та поповнення новими денотатами. Ринок ЗМІ стає настільки великим, що адресату складно орієнтуватися в цьому обсязі пропозицій і зробити вибір на користь того чи іншого видання. Безперечно, на рішення потенційного читача впливають усі компоненти видання – назва, позиціонування, логотип, фірмовий стиль, формат та ін. Тим часом ключовою позицією взаємодії адресата зі ЗМІ стає назва. Саме вона робить першочерговий вплив на читача, слугує важливим інструментом вирішення комерційних завдань видання, і це свідчить про її незаперечну значимість.

Що стосується дослідження структури власних назв, то найвпливовішими в цій царині є розвідки В. Бондалетова, Д. Бучка, Ю. Дідур,

К. Долбіна, Ф. Міклошича, В. Никонова, В. Німчука, С. Пахомової, Н. Подольської, А. Поляничко, С. Роспонда, П. Скока, О. Суперанської, М. Торчинського, М. Цілина.

Як показує практика, недостатнє дослідження феномену медіаномінацій, а також відсутність рекомендацій щодо створення комунікативно ефективною медіаназви призводить до того, що одні назви ЗМІ привертають увагу потенційного читача, у той час як інші залишають байдужими або взагалі відштовхують споживача інформації. Причина цього зрозуміла: газета досі не розглядалася як цілісний текст, отже, й не характеризувалася структурна її частина – найменування. Саме тому актуальним є теоретичне осмислення феномену пресонімів Польщі, а також практичне дослідження їх комунікативної ефективності.

1. Структурно-граматичні особливості польських пресонімів

Найяскравішим відтворенням проблем і реалій сьогодення для сучасного суспільства є засоби масової інформації. Використання в них певних власних назв має особливу важливість. Саме в пресі можна відстежити як живе конкретний невеликий пласт суспільства через матеріали популярних видань.

Характеристику найменувань періодичних видань можна здійснювати за структурою, мотивацією, тематикою тощо. Що стосується дослідження структури пропріативів, то найвпливовішими в цій царині є розвідки Д. Бучка, В. Бондалетова, В. Никонова, В. Німчука, Ф. Міклошича, С. Пахомової, Н. Подольської, С. Роспонда, П. Скока, О. Суперанської, М. Торчинського та ін.

Основний аналіз ми здійснюємо, врахувавши структуру найменувань і частково їх словотвірні особливості. Відповідно до ономастичної традиції^{1, 2, 3}, розподіляємо пресоніми на: однокомпонентні, двокомпонентні, багатоконпонентні, прості, складні, складені.

До однокомпонентних належать пресоніми, які виражено непохідними та простими похідними (суфіксальними й префіксальними) лексемами. Складні назви засобів масової інформації розмежовуються на власне композити, афіксальні композити й аббревіатури. Двокомпонентні

¹ Карпенко М. Ю. Онімний простір Інтернету (на матеріалі англійських сайтонімів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 – германські мови. Одеса, 2016. 20 с.

² Мухаметзянова Л. Р. Названия газет и журналов: функционально-прагматический аспект : автореф. дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01 – русский язык. Казань, 2018. 27 с.

³ Сімановіч В. М. (Лухверчык, В. М.) Назвы беларускіх газет і часопісаў 1950–1960-х гадоў: структурна-граматычны аспект. Национальные культуры в межкультурной коммуникации (Новая парадигма охраны культурного и природного наследия): материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11–12 апр. 2019 г. БГУ, Ф-т социокультурных коммуникаций. Минск, 2019. С. 289–297.

й багатокомпонентні пресоніми можуть бути представленими словосполученнями й реченнями.

Однокомпонентні пресоніми – це пропріативи, до складу яких входить один повнозначний елемент. При цьому вони можуть бути простими однокореневими (одноосновними), що у свою чергу є безафіксними чи афіксальними, та складними двокореневими (двоосновними), рідше багатокореневими⁴. Прості однокореневі (одноосновні) безафіксні, або непохідні, – це одноосновні власні назви з нульовим онімічним формантом⁵.

У групі однослівних назв виділяються найменування, утворені за рахунок метонімічного перенесення на основі «інформація – газета» (“*Mercuriusz*”, “*Ruch*”, “*Strażnica*”, “*Niepodległość*”, “*Słowo*”, “*Głos*”, “*Kraj*”, “*Wiek*”, “*Bluszcz*”, “*Mucha*”, “*Kolce*”, “*Wszecławiat*”, “*Polonia*”, “*Czasem*”, “*Słowem*”, “*Wyzwolenie*”, “*Piasta*”, “*Robotnik*”, “*Naprzód*”, “*Popcorn*”, “*Tina*”, “*Olivia*”, “*Dziewczyna*”, “*Republika*”, “*Przekrój*”, “*Przyjaciółka*”, “*Gromada*”, “*Kuźnia*”, “*Świat*”, “*Warszawa*”, “*Fakt*”, “*Rzeczpospolita*”, “*Rewia*”, “*Polityka*”). Кількість цих назв невелика, але, незважаючи на це, ознаку інформації можна назвати мотиваційною: родові терміни, що в основі назви, не лише дають загальне поняття про предмет, а й несуть семантику індивідуалізації. Назви за інформаційною ознакою обумовлені сутнісною характеристикою газети: це засіб масової інформації, та використання у назві слів, що вказують на інформацію, покликане підкреслити суть об’єкта, відобразити його важливість, значимість у життєдіяльності суспільства⁶.

Складені пресоніми – це дво- і багатокомпонентні власні назви засобів масової комунікації. Вони поділяються на оніми-словосполуки; оніми з підрядним, сурядним і предикативним зв’язком між компонентами й оніми-фрази.

Серед найменувань досліджуваного ономастичного простору найбільшою є підгрупа пресонімів, у якій переважають словосполучення, побудовані за моделлю «іменник *Н. в.* + іменник *Р. в.*», наприклад: “*Colloquia Communion*”, “*Dzień Polski*”, “*Echo Krakowa*”, “*Ekran Tygodnia*”, “*Flora Polska*”, “*Informator Bibliotekarza i Księgarza*”, “*Instytut Prasowy*”, “*Inżynieria Materialowa*”, “*Kalendarz Bydgoski*”, “*Komunikaty Instytutu Bałtyckiego*”, “*Korespondent Płocki*”, “*Kronika Emigracji Polskiej*”, “*Kronika Rybnicka*”, “*Kronika Wielkopolska*”, “*Kultura*

⁴Цілина М. М. Структурна класифікація українських ідеонімів. *Science and Educationa New Dimension. Philology*, III (15), Issue: 68. Budapest, 2015. P. 97.

⁵Торчинський М. М. Власні назви нематеріальних об’єктів: структура, диференційні ознаки, перспективи дослідження. Хмельницький, 2017. Вип. 1. С. 300.

⁶Ражина В. А. Прецедентные онимы и их роль в культурно-языковом социуме. *Научная мысль Кавказа. Ростов-на-Дону: СКНЦ ВШ, 2006. Приложение № 11. С. 381.*

Lowiecka”, “*Kwartalnik Historii Prasy Polskiej*”, “*Kwartalnik Prasoznawczy*”, “*Ochrona Przyrody*”, “*Oświata Dorosłych*”, “*Poradnik Bibliotekarza*”, “*Prace Muzeum Ziemi*”, “*Przyjaciel Ludu*”, “*Przyjaciel Szkoły*”, “*Rocznik Kaliski*”, “*Słowo Ludu*”, “*Słowo Tygodnia*”, “*Służba Zdrowia*”, “*Teka Historyka*”, “*Wschód Polski*”, “*Żołnierz Wolności*”, “*Głos Szkoły*”, “*Krzyk Oksywia*”, “*Żołnierz Solidarny*”, “*Głos Narodu*”, “*Ruch Katolicki*”.

Зазначені найменування преси – це підрядні словосполучення з атрибутивними відношеннями, зв’язок між компонентами – керування. Атрибутивний зв’язок – «вид синтаксичного зв’язку в словосполученні між словом із значенням предмета і словом, яке означає ознаку цього предмета; відношення і зв’язки між означуваним словом і означенням до нього в межах речення»⁷.

Серед двокомпонентних найменувань засобів масової комунікації окрему групу становлять такі, що мають у своїй структурі два іменника у називному відмінку однини чи множини, наприклад: “*Chrześcijanin a Współczesność*”, “*Ekspres Sosnowiecki*”, “*Kwartalnik Filmowy*”, “*Zabawa i Zabawka*”, “*Życie i Sztuka*”, “*Kierunki – Myśli*”, “*Rozwaga i Solidarność*”, “*Polak-Katolik*”.

Як свідчить аналізований матеріал, структурні моделі пресонімів з іншими відмінковими формами менш продуктивні: давальний відмінок – “*Kurier Czytelniczy*”; місцевий відмінок – “*Chrześcijanin w Świecie*”; орудний відмінок – “*Solidarność Walcząca*”.

Серед двокомпонентних найменувань періодичних видань розповсюдженою є модель «**прикметник + іменник**» у домінантній сингулярній формі, наприклад: “*Biuletyn Poligraficzny*”, “*Biuletyn Polityczny*”, “*Biuletyn Polonistyczny*”, “*Chata Rodzinna*”, “*Chłopska Droga*”, “*Czasopismo Psychologiczne*”, “*Czasopismo Techniczne*”, “*Edukacja Humanistyczna (Zielona Góra)*», “*Poznański Ekspres*”, “*Polska Farmacja*”, “*Polska Filologia*”, “*Tygodniowy Głos*”, “*Mazowiecka Jedność*”, “*Polski Język*”, “*Rodzinne Kółko*”, “*Bydgoska Kronika*”, “*Fizyczna Kultura*”, “*Wsi Kultura*”, “*Codzienny Kurier*”, “*Częstochowski Kurier*”, “*Historyczny Kwartalnik*”, “*Opolski Kwartalnik*”, “*Polski Las*”, “*Ludowa Literatura*”, “*Polski Magazyn*”, “*Turystyczny Magazyn*”, “*Wileński Magazyn*”, “*Żydowski Miesięcznik*”, “*Młoda Polonistyka*”, “*Filozoficzna Myśl*”, “*Narodowa Myśl*”, “*Niepodległa Myśl*”, “*Wolna Myśl*”, “*Polska Nauka*”, “*Olsztyńskie Studia*”, “*Spoleczna Opieka*”, “*Cieszyński Pamiętnik*”, “*Polskie Pamiętnikarstwo*”, “*Leszczyńska Panorama*”, “*Polski Pielgrzym*”, “*Krajowe Piśmiennictwo*”, “*Polska Poczta*”, “*Zachodnia Polska*”, “*Zbrojna*”.

⁷Новикова Н., Черемисина Н. Многомирне в реалии и общая типология языковых картин мира. Филологические науки. 2000. С. 27.

Polska”, “*Polska Poligrafia*”, “*Językowy Poradnik*”, “*Bibliotekoznawcze Prace*”, “*Filologiczne Prace*”, “*Historyczne Prace*”, “*Historyczno-Archiwalne Prace*”, “*Oświatowa Praca*”, “*Szkolna Praca*”, “*Archeologiczny Przegląd*”, “*Artystyczny Przegląd*”, “*Dyplomatyczny Przegląd*”, “*Edukacyjny Przegląd*”, “*Filatelistyczny Przegląd*”, “*Filozoficzny Przegląd*”, “*Historyczny Przegląd*”, “*Lekarski Przegląd*”, “*Poznański Przegląd*”, “*Statystyczny Przegląd*”, “*Chemiczny Przemysł*”, “*Emigracji Sprawy*”, “*Trybuna Ludu*”, “*ABC Młodych*”, “*Wolny Głos*”, “*Młodzi Solidarność*”, “*Niepodległa Polska*”.

Складні (двокомпонентні) пресоніми характеризуються поєднанням інформативної та уточнювальної лексеми:

– зі вказівкою на рід діяльності, професію чи соціальний стан: “*Polski Żołnierz*”, “*Czasopismo Stomatologiczne*”, “*Polski Ekonomista*”, “*Wojskowy Lekarz*”, “*Polski Łowiec*”, “*Wojskowa Myśl*”, “*Polski Pracownik*”, “*Robotniczy Sport*”, “*Chłopskie Sprawy*”, “*Ludowy Nauczyciel*”, “*Pedagogiczny Kwartalnik*”, “*Dentystyczny Przegląd*”, “*Szkoły Życie*”, “*Wolny Uczeń*”, “*Goniec Codzienny*”, “*Korrespondent Narodowy i Zagraniczny*”, “*Korrespondent Warszawski*”, “*Kurier Codzienny*”, “*Kurier Litewski*”, “*Kurier Warszawski*”;

– релігійної тематики: “*Katolickie Życie*”, “*Niedzielny Dzwon*”, “*Katolicka Młodzież*», “*Teologia Praktyczna*”;

– на позначення морально-етичних принципів духовного світу людини: “*Literackie Życie*”, “*Kulturalny Kwartalnik*”, “*Muzealny Kwartalnik*”, “*Kulturalny Magazyn*”, “*Literacki Pamiętnik*”, “*Teatralny Pamiętnik*”, “*A Cappella. Nieregularnik autorów*”;

Що стосується мотиваційної класифікації пресонімів із мотивацією часу, то нами зафіксовано ряд іменниково-прикметникових найменувань ЗМІ з «лексемою *новий* (-а, -е)»: “*Nowa Gazeta*”, “*Nowa Kultura*”, “*Nowa Polska*”, “*Nowa Reforma*”, “*Nowaja i Nowiejsza Istoria*”, “*Nowa Szkoła*”, “*Nowe Książki*”, “*Nowe Rolnictwo*”, “*Nowy Kurier*”, “*Nowy Kaduceusz*”, “*Wiek Nowy*”.

Малопродуктивними виявилися займенниково-іменникової найменування газет і журналів. Використання займенника *наш* обумовлено вказівкою на єдність суб’єкта та адресата медійної комунікації: “*Nasz Przegląd*”, “*Nasza Ojczyzna*”, “*Nasza Przeszłość*”, “*Nasza Sprawa*”, “*Nasze Problemy*”, “*Nasze Wiadomości*”, “*Nasz Czas*”.

Конструкції найменувань газет і журналів «*прикметник + іменник*» у плюральній формі менш продуктивні, наприклад: “*Nowe Książki*”, “*Zeszyty Prasoznawcze*”, “*Leszczyńskie Zeszyty Muzealne*”, “*Teatru Polskiego Listy*”, “*Weterynaryjne Media*”, “*Codziennie Nowiny*”, “*Gliwickie Nowiny*”, “*Literackie Nowiny*”, “*Nadodrzańskie Nowiny*”, “*Opolskie*”.

Nowiny”, “*Podlaskie Nowiny*”, “*Rzeszowskie Nowiny*”, “*Tygodnia Nowiny*”, “*Polish Perspectives*”, “*Problemy Higieny*”, “*Kryminalistyki Problemy*”, “*Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze*”, “*Problemy Polonii Zagranicznej*”, “*Problemy Praworządności*”, “*Problemy “Ruchu”*», “*Wieczory Rodzinne*”, “*Teatralne Zeszyty*”, “*Szkolne Zeszyty*”, “*Tarnogórskie Zeszyty*”, “*Wrocławskie Zeszyty*”, “*Nowiny Raciborskie*”, “*Wiadomości Warszawskie*”.

Як свідчить аналізований матеріал у моделі пресонімів «**атрибутив + апелятив**» атрибутивом найчастіше є прикметник (“*Przegląd Powszechny*”, “*Dziennik Polski*”, “*Uczeń Polski*”, “*Czasopismo Prawno-Historyczne*”, “*Kultura Polska*”, “*Muzeum Domowe*”), не часто в таких словосполученнях препозицію займає діеприкметник (“*Gazeta Wyborcza*”, “*Notes Wydawniczy*”, “*Kalendarz Beskidzki*”).

До двокомпонентних пресонімів моделі «**прикметник + іменник**» відносимо словосполучення, які мають у своєму складі службові частини мови. Зауважимо, що службові частини мови, які входять до складу пресонімів, не класифікуємо як окремі компоненти. У них немає нікого свого лексичного значення, а лише міститься вказівка на різні відносини між самостійними частинами мови⁸.

Пресоніми з прийменниками та сполучниками у структурі досить численні й різноманітні (“*Człowiek i Światopogląd*”, “*Radio i Telewizja*”, “*Echa Płockie i Włocławskie*”, “*Historia i Życie*”, “*Kalendarz dla Ewangelików*”, “*Kultura i Edukacja*”, “*Kultura i Społeczeństwo*”, “*Kultura i Sztuka*”, “*Kultura i Ty*”, “*Kultura i Życie*”, “*Literatura na Świecie*”, “*Na Straży Demokracji*”, “*Niepodległość i Pamięć*”, “*Oświata i Kultura*”, “*Oświata i Przemysł*”, “*Państwo i Społeczeństwo*”, “*Plastyka i Wychowanie*”, “*Poradnik Propagandowy*”, “*Reformacja w Polsce*”, “*Sprawy i Ludzie*”, “*Szkoła i Dom*”, “*Sztuka i Krytyka*”, “*Wieś i Rolnictwo*”, “*Wychowanie w Przedszkolu*”, “*Rozwaga i Solidarność*”, “*Z Prac Polonistycznych*”, “*Gazety z Warszawy*”). Найпоширенішими є одиниці з прийменниками **za**, **z**, **від**, котрі вказують на людину, будь-яку справу тощо: “*Za Wolność i Lud*”, “*Ze Skarbcza Kultury*”, “*Prosto z Mostu*”, “*Wiatr od Morza*”.

Привертає увагу й той факт, що у двокомпонентних найменуваннях періодичних видань, які містять атрибутив і апелятив, переважають ті, де атрибутив займає препозицію. Серед зафіксованих прикладів наявний лише декілька, в яких прикметник стоїть у постпозиції: “*Dekada Literacka*”, “*Demokrata Polski*”, “*Dydaktyka Literacka*”, “*Dziennik Bydgoski*”, “*Dziennik Narodowy*”, “*Echa Przeszłości*”, “*Dziennik*

⁸ Лукаш Г. П. Актуальні питання української конотоніміки : монографія. Донецьк : Промінь, 2011. С. 187.

Zachodni”, “Dzieje Najnowsze”, “Głos Katolicki”, “Goniec Częstochowski”, “Gospodarka Górnicwa”, “Kształcenie języka”, “Łącznik Pocztowy”.

Серед двокомпонентних назв засобів масової інформації виділяємо приклади, які є еквівалентами простих речень, як двоскладних (“*Doniesienia Warszawskie*”, “*Niepodległość – Wybrzeże*”, “*Monit. Dwutygodnik Federacji Młodzieży Walczącej Region Gdańsk*”, так і односкладних (“*UFO. Solidarność zwycięży*”).

Одиниці трикомпонентних пресонімів представлені в переважній більшості безприймениковими конструкціями. З-поміж складних найменувань засобів масової інформації Польщі виокремлюємо відносно продуктивні моделі:

прикметник + іменник + прикметник (32,28 %: “*Bydgoskie Studia Filologiczne*”, “*Częstochowskie Studia Teologiczne*”, “*Gdańskie Zeszyty Humanistyczne*”, “*Gdański Rocznik Kulturalny*”, “*Gdańskie Studia Prawnicze*”, “*Historyczny Biuletyn Filatelistyczny*”, “*Podlaski Kwartalnik Kulturalny*”, “*Polska Sztuka Ludowa*”, “*Polski Tygodnik Lekarski*”, “*Powszechny Kalendarz Ludowy*”, “*Spółdzielczy Przegląd Naukowy*”, “*Europejski Przegląd Sądowy*”, “*Krakowski Przegląd Notarialny*”, “*Krakowskie Studia Międzynarodowe*”);

іменник + іменник + іменник або **іменник + іменник + сполучник / прийменник + іменник** (21,5 %: “*Kronika Miasta Łodzi*”, “*Kultura. Oświata. Nauka*”, “*Media, Kultura, Społeczeństwo*”, “*Przegląd Wiedomości Agencyjnych*”, “*Tygodniowy Departamentu Bydgoskiego*”, “*Dzienniczek Ucznia Siódemki*”, “*Przegląd Wiadomości Agencyjnych*”, “*Głos Literacki i Społeczny*”, “*Administracja. Teoria, Dydaktyka, Praktyka*”, “*Człowiek, Niepełnosprawność, Społeczeństwo*”, “*Edukacja, Terapia, Opieka*”, “*Gospodarka Materiałowa i Logistyka*”, “*Magazyn Pielęgniarki i Położnej*”, “*Świat Przygód z Hugo*”);

іменник + іменник + прикметник (22,3 %: “*Głos Ziemi Cieszyński*”, “*Grabonoskie Zapiski Regionalne*”, “*Gromada – Rolnik Polski*”, “*Kalendarz Dziennika Polskiego*”, “*Kultura Komunikacji Społecznej*”, “*Małopolskie Studia Historyczne*”, “*Mazurski Kalendarz Katolicki*”, “*Pamiętnik Towarzystwa Tatrzańskiego*”, “*Solidarność Wywrotowców Młodych*”, “*Transformacje Prawa Prywatnego*”);

прикметник + іменник + іменник або **прикметник + іменник + прийменник / сполучник + іменник** (12,8 %: “*Muzealny Rocznik Pożarniczy*”, “*Najnowsze Dzieje Polski*”, “*Niezależne pismo Wybrzeża*”, “*Niezależne pismo ZSM*”, “*Wychowanie Fizyczne i Sport*”, “*Wychowanie Techniczne w Szkole*”, “*Wychowanie Fizyczne i Sport*”, “*Krajowa Rada Sądownictwa*”, “*Nowy Świat Przygód*”);

прикметник + прикметник + іменник або **прикметник + прийменник / сполучник + прикметник + іменник** (13,8 %: “*Polish American Studies*”, “*Krajowe Duszpasterstwo Harcerzy*”, “*Spoleczne i Literackie Szkice*”, “*Przyjemne i Pożyteczne Rozrywki*”, “*World’s Finest Comics*”);

іменник + прикметник + дієприкметник (1,7 %: “*Czasopismo Przyrodnicze Ilustrowane*”, “*Kurier Codzienny Ilustrowany*”);

іменник + іменник + числівник (1,5 %: “*Gazeta 2 Grosze*”).

Багатокомпонентні пресоніми з підрядним чи сурядним зв’язком – багаточленні утворення, до складу яких входять як мінімум три повнозначні компоненти, поєднані як мінімум двома підрядними, сурядними зв’язками у будь-якій комбінації⁹.

Багатокомпонентних одиниць (порівняно з попередніми групами) кількісно небагато усього – 159 (6,28 % від загальної кількості найменувань). Назви періодичних видань цих груп за своєю структурою є складними утвореннями (“*Biuletyn Prasoznawczy Studium Dziennikarskiego UW i Ośrodka*”, “*Biuletyn Związku Bojowników o Wolność i Demokrację, Katowice*”, “*Biuletyn Żydowskiego Instytutu Historycznego w Polsce*”, “*Czasopismo Techniczne Krakowskiego Towarzystwa Technicznego*”, “*Czyn Młodzieży Polskiego Czerwonego Krzyża*”, “*Debaty Naukowe Wyższej Szkoły Handlowej i Ekonomicznej*”, “*Kwartalnik Poświęcony Badaniu Przeszłości Żydów w Polsce*”, “*Kwartalnik Poświęcony Sprawom Katolickiego Duszpasterstwa Wojskowego w Polsce*”, “*Odrodzenie i Reformacja w Polsce*”, “*Poradnik Pracowników Świetlicowych Żołnierzy Perth*”, “*Prace Wydziału Filologicznego-Filozoficznego Towarzystwa Naukowego w Toruniu*”, “*Prasowy Biuletyn dla Polonii Zagranicznej*”, “*Studia i Materiały z Dziejów Nauki*”, “*Bratniak. Pismo Ruchu Młodej Polski*”).

З-поміж складних найменувань засобів масової інформації Польщі виокремлюємо відносно продуктивні моделі:

іменник + сполучник + іменник + прийменник + іменник + іменник (11,39 %: “*Studia i Materiały z Dziejów Nauki*”);

іменник + іменник + іменник + прикметник (5,06 %: “*Biuletyn Stowarzyszenia Wspólnota Polska*”, “*Pismo studentów Uniwersytetu Gdańskiego*”, “*Studia z Dziejów Państwa i Prawa Polskiego*”);

іменник + прийменник + іменник + іменник або **іменник + іменник + прийменник + іменник** (4,6 %: “*Poradnik dla Czytających Książki*”, “*Przegląd Prawa i Administracji*”);

⁹ Лисиченко Л. А. Лексико-семантичний вимір мовної картини світу. Харків: Вид. група «Основа», 2009. С. 53.

іменник + прикметник + сполучник / прийменник + прикметник (4,2 %: “*Codzienna Narodowa i Obca*”, “*Korrespondent Warszawskiego i Zagranicznego*”, “*Korrespondent Krajowy i Zagraniczny*”, “*Języki Obce W Szkole*”, “*Journal of Modern Science*”);

іменник + прикметник + прикметник + сполучник + прикметник (5,7 %: “*Przegląd Polityczny, Społeczny i Literacki*”, “*Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*”);

іменник + прикметник + іменник + прикметник (4,2 %: “*Biuletyn Polskiego Związku Katolicko-Społecznego*”, “*Zeszyty Naukowe Sądownictwa Administracyjnego*”, “*Zeszyty Prawnicze Biura Analiz*”);

прикметник + іменник + прикметник + іменник або **прикметник + іменник + сполучник + прикметник + іменник** (2,6 %: “*Późniezależne pismo Samorządu Szkolnego*”, “*Wychowanie Fizyczne i Szkolna Higiena*”, “*Polish Yearbook of International Law*”);

іменник + іменник + прикметник + сполучник + прикметник (1,4 %: “*Kronika Wiadomości Krajowych i Zagranicznych*”);

іменник + іменник + прикметник + прийменник (або без нього) + **прикметник** (3,16 %: “*Kronika Ruchu Rewolucyjnego w Polsce*”, “*Problemy Prawa Prywatnego Międzynarodowego*”);

іменник + прийменник + іменник + прикметник (0,63 %: “*Biuletyn dla Szkół Średnich*”);

іменник + прийменник + іменник + сполучник + іменник (0,63 %: “*Kalendarz dla Warmii i Mazur*”);

прикметник + іменник + прийменник + займенник + іменник (0,63 %: “*Uprzywilejowane Wiadomości z Cudzych Krajów*”).

Отже, як можемо побачити в наведених підрахунках, провідні позиції в пресоніміконі Польщі посідають багатокомпонентні, переважно двокомпонентні найменування засобів масової інформації. Серед них найбільшою є підгрупа словотвірної моделі «іменник Н.в. + іменник Р.в.». Структурні моделі засобів масової інформації з іншими відмінковими формами менш продуктивні. Розповсюдженою є модель «прикметник + іменник», де переважає форма однини. У конструкціях «атрибутив + апелятив» атрибутивом найчастіше є прикметник, не часто препозицію займає діеприкметник або займенник. Серед двокомпонентних пресонімів регіональних мас-медіа наявні структури, які є еквівалентами простих двоскладних і односкладних речень. Малопродуктивними виявилися найменування-аббревіатури (“*BIS*” – *Biuletynu Informacyjnego Studentów*).

2. Лексико-семантична характеристика пресонімів Польщі

Ономастичне дослідження за своєю суттю спрямоване на виявлення складних взаємозв'язків між іменами та реальністю, зокрема – зв'язку між семантичними та конотативними властивостями імен та ознаками реальних денотатів. У цих дослідженнях пропрітиви мають важливе значення не тільки як мовні знаки, що розглядаються у співвідношенні з іншими елементами мовної системи, а й як знаки зі специфічним – цілком конкретним, індивідуальним – функціональним призначенням. Екстралінгвістичний контекст, а отже структура реальності, є дуже важливим орієнтиром для дослідження імен – настільки важливим, що найпоширеніші ономастичні типології та класифікації імен будуються відповідно до критеріїв, похідних від позамовної реальності. Це зрозуміло й виправдано, оскільки ономастичний опис без посилання на позначені елементи, їхню природу чи характеристики, був би значною мірою неповним описом і часто не мав би найважливішого контексту, що обґрунтовує зроблені висновки. Не змодельовавши акт номінації не можна говорити про мотивацію імен. Як зробити висновок про функцію імен, не враховувавши властивостей і взаємозв'язку між денотатами цих імен? Тому не дивно, що в описах імен, що функціонують в ономастичному просторі, важливе місце займають спостереження над природою номінованих об'єктів, які в цьому конкретному комунікаційному середовищі можуть мати ознаки, що відрізняються від своїх аналогів у реальній дійсності. Чи помічені ці відмінності в існуючих описах ономастикону? Чи є вони важливим елементом прийнятої методології опису?

Наведені вище запитання зосереджують увагу на складних зв'язках між пропріативами, що функціонують, їх денотатами, і, перш за все, ступенем їх відображення в ономастичних дослідженнях.

Отож, наш проєкт – це спроба метаономастичної рефлексії, в якій головним питанням є вплив теорії медіалінгвістики на шлях вивчення власних імен у медіапросторі.

Використання різних мотиваційних ознак при градаційному вивченні пропріативної лексики зумовлено багатогранністю нашого життя, тісним взаємозв'язком ознак: конкретні інтереси читачів проявляються в певному місці, в певний час, і для кожної ситуації спілкування характерні свої обставини. Судячи зі співвідношення тематичних назв і сукупності інших номінаційних ознак, для авторів видань характерне практично рівноцінне прагнення до «вільних» і концептуальних заголовків.

Лексико-семантична класифікація – це наслідок етимологічного аналізу матеріалу, що впливає з його особливостей. Однак покладений

здавна в основу наукових класифікацій принцип поділу на дві основні групи: а) назви, утворені від загальної лексики; б) назви, утворені від власних назв, що, по суті, набув статусу традиційного, починаючи з перших наукових лінгвістичних робіт у галузі ономастики О. М. Селищева, В. Ташицького, І. Дуріданова, можна цілком адекватно вважати базою лексико-семантичного аналізу¹⁰. М. М. Торчинський у монографії «Структура онімного простору української мови» зазначає: «Зважаючи на структуру і зв'язок із твірними словами, пропонується окремо виділяти дві групи простих (одноосновних) пропріативів: відапелятивні та відонімні, і три групи складних і складених: відапелятивні, відонімні та відапелятивно-відонімні (крім того, в обох групах фіксуються назви невідомого походження)»¹¹.

Аналіз назв періодичних видань не менш актуальний і з точки зору опису їх семантичних особливостей. Назви газет і журналів залежать від політичної ситуації, рівня розвитку країни в той чи інший період, соціальної потреби суспільства, різних номінативних тенденцій. Ураховуючи зазначене, ми виділили чотири періоди формування польської пресонімії:

- 1) пропедевтичний період (1863–1918 рр.);
- 2) період динамічного розвитку (1918–1930 рр.);
- 3) період стабілізації (1940–1990 рр.);
- 4) сучасний період (1990 р. – наш час)¹².

Аналіз пресонімів показав, що сукупність усіх найменувань періодичних видань за змістовими ознаками можна розділити на дві групи:

- тематично марковані назви;
- тематично нейтральні¹³.

Зважаючи на те, що пресонім є рухомим, схильним до динамічних змін сектором ономастичного простору, деякі автори пропонують вивчати ключові номінативні процеси, послуговуючись принципом номінації. Принципи номінації, запропоновані І. Гачок для аналізу периферійних розрядів пропріативів, в узагальненому вигляді зводяться до трьох основних чинників:

- ідентифікаційний (розпізнавання іншої системи або об'єкта за наперед заданими критеріями);

¹⁰ Михальчук О. І. Мікропонімія Підгір'я: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 – українська мова. Київ, 1998. С. 18.

¹¹ Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови : монографія. Хмельницький: Авіст, 2008. С. 431.

¹² Молода Польща. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 2: М – Я. С. 553.

¹³ Кронгауз М. А. Семантика. Москва : Академія, 2005. С. 98.

– умовно-символічний (вироблений у якомусь соціальному або професійному середовищі й містить у собі символ, символи, символізує собою що-небудь, є символом чогось);

– символічний (вказує (або слугує як знак) на ідеї, поняття або інші абстракції)¹⁴.

При цьому в апоріі зрозуміло, що ці номінації – пізні (на відміну, скажімо, від гідронімів – назв річок та інших водних об'єктів), штучні (на противагу тим же гідронімам), юридично закріплені, а чи не стихійно сформовані¹⁵. Крім того важливо відзначити, що, вивчаючи медіа-ономастикон у межах регіонального ономастичного простору, важливо зосередити увагу не тільки на гемеронімах, а й на логотипах видань, що визначають їхнє візуальне уявлення. Нарешті, не можна не підкреслити історичну динамічність медійних пропріативів, що зумовлено їх залежністю від соціальної реальності та її ідеологічної складової¹⁶.

У ході дослідження семантичних особливостей пресонімів найбільшу складність викликають тематично марковані двокомпонентні одиниці, в яких потрібно визначати головні та нейтральні складові.

Як відомо, при вивченні семантики твірних основ найбільш актуальними виявляються джерела мовного матеріалу та критерії його оцінки¹⁷. На основі граматико-семантичного підходу нами розроблені критерії розмежування семантики ключового компонента найменування (тематично маркованого) та залежного.

Охарактеризуємо основні семантичні ознаки пресонімів за окремими хронологічними періодами.

Пропедевтичний період визначається появою тенденції до встановлення національної періодики. Саме в цей час з'явилися перші газети, переважна більшість назв яких належить до групи тематично нейтральних найменувань: “*Goniec*”, “*Naprzód*”, “*Popcorn*”, “*Tina*”, “*Olivia*”.

Період динамічного розвитку є найбільш продуктивним для польських періодичних видань. За два десятиліття вийшло близько тисячі газет і журналів (що становить понад 45 % від загальної кількості польських найменувань періодичних видань). Цей період характеризується різноманітністю назв газет і журнали за їх лексико-семантичними особливостями. Основна частина пресонімів відноситься

¹⁴ Крюкова И. В. Имена собственные в макро- и микросоциуме : монография. Волгоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2016. С. 69–70.

¹⁵ Карпенко М. Ю. Онімний простір Інтернету (на матеріалі англomовних сайтонімів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 – германські мови. Одеса, 2016. 20 с.

¹⁶ Дрогайцева М. А. Медианомінація. Воронеж: Кварта, 2018. 84 с.

¹⁷ Ibid.. С. 72.

до тематичних груп «громадсько-політичне життя» та «сільське господарство, промисловість, торгівля».

Категорію «суспільно-політичне життя» можна диференціювати на ряд підкласів. Більшість найменувань мотивуються:

1) суспільно-політичними утвореннями, партіями, організаціями тощо: “*Dziennik Patriotycznych Polityków*”, “*Kronika Emigracji Polskiej*”, “*Żołnierz Wolności*”, “*Żołnierz Solidarny*”, “*Głos Narodu*”;

2) особою як об’єктом громадсько-політичного життя: “*Uczeń Polski*”, “*Poradnik Bibliotekarza*”, “*Przyjaciół Ludu*”, “*Przyjaciół Szkoły*”;

3) громадсько-політичними об’єднаннями: “*Dziennik Narodowy*”, “*Ruch Katolicki*”, “*Biuletyn Polityczny*”, “*Młodzi Solidarność*”.

Найбільш репрезентативними в секторі «господарство, промисловість, торгівля» виявилися наступні підгрупи найменувань, які мотивуються:

1) організацією / підприємством;

2) особою, яка реалізує себе в галузі господарства, промисловості¹⁸.

Для пресонімії періоду стабілізації характерною є поява значної кількості назв-омонімів. Пресоніми, що утворилися, за короткий термін ставали популярними в різних містах та інших населених пунктах країни.

Сучасний період розвитку регіональної преси характеризується новими тенденціями в номінації газет і журналів. Більшість найменувань періодичних видань зазначеного часового проміжку належить до тематично нейтральної групи одиниць, а також містить компонент, що вказує точне місце локації газети або журналу: “*Dziennik Polski*”, “*Dziennik Warszawski*”, “*Dziennik Tygodniowy Departamentu Bydgoskiego*”, “*Polska Dziennik Bałtycki*”, “*Wiadomości Warszawskie*”, “*Wiadomości Handlowe*”, “*Pszczółka Krakowska*”, “*Częstochowski Kurier*”, “*Opolski Kwartalnik*”, “*Polski Las*”, “*Poznański Przegląd*”, “*Nowiny Raciborskie*”, “*Monitor Warszawski*”, “*Kurier Wileński*”, “*Kurier Poznański*”, “*Kronika Wiadomości Krajowych i Zagranicznych*”, “*Korrespondent Warszawski*”, “*Korrespondent Krajowy i Zagraniczny*”, “*Goniec Częstochowski*”, “*Gazeta Wielkiego Księstwa Poznańskiego*”.

Ономасіологічний принцип вивчення власних назв є надзвичайно вагомим у ході дослідження найменувань періодичних видань. Так, засоби масової інформації протягом усього свого існування досить часто змінювали назви. Найчастіше цьому передували політичні зміни в суспільстві. Досить складною виявилася проблема методології вивчення динаміки пресонімів, оскільки перейменовані газети та

¹⁸ Карпенко М. Ю. Онімний простір Інтернету (на матеріалі англомовних сайтонімів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 – германські мови. Одеса, 2016. С. 11.

журнали відрізняються своєю частотністю, а новостворенні номінації часто мають іншу структуру та семантику¹⁹. Логіка перейменування, специфіка впливу екстралінгвістичних факторів, мовні особливості новоутворених назв викликають безсумнівну наукову цікавість і в перспективі мають стати самостійним об'єктом уваги лінгвістів²⁰.

Деталізуємо лексико-семантичні особливості номінативних одиниць, які вживаються як однокомпонентні та багатокомпонентні пресоніми.

Домінантну групу становлять найменування періодичних видань, твірною лексевою яких стали апелятиви, які містять інформацію про:

– різновиди діяльності (“*Skaner polityczny*”, “*Biznes dla ludzi*”, “*Biuletyn Prasoznawczy*”, “*Biuletyn Poligraficzny*”, “*Twórczość*”, “*Polityka*”, “*Trybuna Ludu*”, “*Biuletyn Stronnictwa Demokratycznego*”);

– галузі наукових досліджень (“*Zdrowie, wychowanie, psychologia, styl*”, “*Czasopismo Techniczne*”, “*Czasopismo Psychologiczne*”, “*Czasopismo Geograficzne*”, “*Pryzmat*”, “*Bydgoskie Studia Filologiczne*”, “*Historyczny Kwartalnik*”, “*Czasopismo Psychologiczne*”, “*Polski Język*”, “*Fizyczna Kultura*”, “*Bibliotekoznawcze Prace*”, “*Filologiczne Prace*”, “*Historyczne Prace*”, “*Historyczno-Archiwalne Prace*”, “*Archeologiczny Przegląd*”, “*Artystyczny Przegląd*”, “*Dyplomatyczny Przegląd*”, “*Edukacyjny Przegląd*”, “*Filatelistyczny Przegląd*”, “*Filozoficzny Przegląd*”, “*Historyczny Przegląd*”, “*Lekarski Przegląd*”, “*Czasopismo Prawno-Historyczne*”);

– назви осіб за родом діяльності чи професією (“*Robotnik*”, “*Korrespondent*”, “*Antystudent*”, “*Magazyn Pielęgniarki i Położnej*”, “*Pasażer*”);

– назви або типи віросповідання (“*Colloquia Communion*”, “*Chrześcijanin w Świecie*”, “*Chrześcijanin a Współczesność*”, “*Ku Świętej Rodzinie*”, “*Ład Boży*”);

– показники (результати) діяльності (“*Wywiad i opinie*”, “*Nie zabijaj*”, “*Mamkły*”, “*Wegetariański*”, “*Debata*”, “*NIERząd*”);

– громадянську активність чи позицію (“*Linia specjalna*”, “*Solidarność*”, “*Mać Pariadka*”, “*Ruch Oporu*”, “*Konfrontacje*”, “*Pomarańczową Alternatywę*”, “*Buntu Młodych*”, “*Człowiek i Światopogląd*”);

– родинні стосунки, сім'ю, родину чи свояцтво (“*Familia*”, “*W NASZEJ Rodzinie*”, “*Nasza arka*”, “*Fundamenty Rodziny*”, “*Ku Świętej Rodzinie*”, “*Dziecko. Najważniejsze dla rodziców*”, “*Dziecko: Najlepsza inwestycja*”, “*Dziecko, Zakupy i My*”, “*Mam dziecko*” “*Twoje dziecko*”,

¹⁹ Караулов Ю. Н. Общая и русская идеография. Москва : Наука, 1976. С. 153.

²⁰ Ковалик І. І. Про власні і загальні назви в українській мові. *Мовознавство*. 1977. № 2. С. 13.

“*Twój maluszek*”, “*Twój Junior*”, “*Nasze Szkraby*”, “*Mamo to ja*”, “*Tato to ja*”, “*Rodzice malego dziecka*”, “*Rodzice, cięża, niemowlę*”, “*Dobra mama*”, “*Supermama na zakupach*”, “*My Mamy*”, “*Mjak mama*”, “*Ekspercki miesięcznik o macierzyństwie*”, “*Przyjaciółka*”, “*Będę mamą*”, “*Chata Rodzinna*”, “*Dbamy o szczęśliwe dzieciństwo*”, “*Z miłości do dziecka*”).

Рідше зустрічаються одиниці, твірними основами яких були іменники зі зазначенням типу організації чи об'єднання: “*Wiadomości Uniwersyteckie*”, “*Zjednoczenie*”, “*Uniwersytet*”, “*Kościół*”.

На основі лексем, що позначають реалії рослинного та тваринного світу, утворилися наступні пресоніми: “*Dżdżownica z madzongą*”, “*Zielonogłowie*”, “*Nietoperza*”. Деякі назви видань мають символічне значення (“*Czasopismo Przyrodnicze Ilustrowane*”, “*Mój Piękny Ogród*”).

Невисока продуктивність характерна для групи пресонімів, твірними лексемами яких виступають абстрактні поняття. У межах лексично-семантичної категорії абстрактних понять, що диференціюють як базу для назв періодичних видань, виокремлюємо наступні лексико-семантичні групи:

- пресоніми, утворені на основі лексем на позначення території, місцевості, їх частин (“*Świat*”, “*Nasz świat*”, “*Świat*”, “*W siadlach nieprzyjaciela*”, “*Prowincja*”, “*Republika*”, “*Kupa*”, “*Gromada*”);

- пресоніми, що мотивуються лексемами на позначення стану / процесу / дії (“*Alternatywa*”, “*Alternatywy*”, “*Samo Zdrowie*”, “*Przepis na Zdrowie*”, “*Antypolityka*”, “*Manifest*”, “*Biuletyn Wojtkowuy*”, “*Alarm*”, “*Uderzenie*”, “*Praca*”, “*Wolność*”; їх результату, способу (напрямку) дії: “*Zielone Brygady*”, “*Inicjatywa Pracownicza*”, “*Zmowa Robotnicza*”, “*Stocznowiec*”, “*Odnowa*”, “*Naprzodem*”, “*Zwycięstwo*”, “*Razem*”, “*Naprzód*”. Зазначені найменування мають у своїй структурі прийменники: а) *do* (вказує на те, до чого закликають: “*Do pracy*”, “*Do zjednoczenia*”; б) *na* (вказівка на стан, в якому щось знаходиться: “*Na straży*”, “*Na wzrost*”); г) *bez* (вказівці на відсутність кого-, чого-небудь: “*Bez Przemocy*”);

- пресоніми, твірними лексемами яких виступають іменники, які називають (позначають) проміжок часу. Це можуть бути одиниці вимірювання, назви місяців або історичних подій (“*Inny Świat*”, “*Gazeta Świąteczna*”), доби та її частин (“*Nowy dzień*”, “*Info dzień*”, “*Info wieczór*”, “*Minął dzień*”), короткі проміжки часу (“*Chwila Dla Ciebie*”, “*7 Dni – Przegląd Tygodnia*”, “*Przewodnik dla kobiet w ciąży i młodych rodziców*”, “*Przegląd wydarzeń tygodnia*”, “*Zwierciadło tygodnia*”, “*Suma tygodnia*”, “*Pieniądze na weekend*”, “*Rebeliant Poranny*”, “*Nigdy Więcej*”);

- пресоніми, мотивовані специфічною термінологічною лексикою певної галузі наук. Зокрема, фіксуються назви періодичних видань

видання, основою яких були одиниці, що належать до термінів астрономії (“*The Comet*”, “*Wolny Wiatr*”), географії (“*Puenta*”), фізики (“*Impuls*”), біології («*Immunitet*»);

- пресоніми, твірними лексемами яких виступають назви процесів мовленнєво-мисленнєвої діяльності або її результати: “*Fakt*”, “*Dialog*”, “*Podaj Dalej*”, “*A Cappella*”, “*Akcja*”, “*Akcja Pośrednia*”, “*Akcja Bezpośrednia*”, “*Porozumienie ponad Podziałami*”, “*Progres*”, “*Alternatywa*”, “*Forum*”.

Серед інших пресонімів, утворених на базі абстрактних понять, виокремлюємо найменування, що мотивуються назвами психічних процесів, моральних якостей (“*Duma*”, “*Miłość*”), вікових і оцінних категорій (“*Przedszkolak*”, “*Mój przedszkolak*”, “*Glamour*”).

Позитивну конотацію має група пресонімів, мотивована семою «світло», яка на наш погляд, є вирішальною в номінації періодичного видання, що походить від назви будівлі або її частини (“*Okno*”, “*Latarnia Morska*”, “*Przerwa*”), природного явища (“*Iskra*”), предмету побуту (“*Lampa*”).

Незначну групу формують найменування періодичних видань, що містять вказівку на тип інформаційного видання: “*Biuletyn*”, “*Gazeta*”, “*Dekadent*”, “*Euro-Biuletyn*”, “*Notatki*”, “*Wiadomości*”).

Цікавими виявилися й номінації, в основу яких покладено одиниці, що позначають суб’єкт / об’єкт праці, побуту (“*Gilotyna*”, “*Szpile*”, “*Top wtop*”, “*Na tapecie*”).

Назви періодичних видань “*Dzwonnica*”, “*Ratusz*”, “*Kuźnia*”, утворені на основі іменників, що позначають будівлю. Інші поодинокі монокомпонентні пресоніми представлені лексемами, що позначають орган управління (“*Sędzia*” (*magistrat* – у Польщі й на Україні (до другої половини XIX ст.), а також у деяких західноєвропейських країнах – орган міського самоврядування; муніципалітет²¹), назву гри (“*Szachy*”) тощо.

Видавничий ринок Польщі може похвалитися все більшою кількістю журналів кулінарного характеру. Це в основному кулінарні журнали консультативно-дорадчого призначення. Журнали харчової промисловості до зазначеної групи не додаємо, оскільки вони мають іншу аудиторію. Найменування періодичних польських гастро-видань можна розділити на чотири основні типи:

- а) кулінарія та спосіб життя;
- б) спеціальні видання (сезонні та випадкові);

²¹ Іващенко В. Л. Концептуальна репрезентація фрагментів знання в науково-мистецькій картині світу (на матеріалі української мистецтвознавчої термінології): монографія. Київ : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2006. С. 129.

в) журнали, присвячені певним сегментам кулінарії;

г) лише нормативні листи від читачів.

Тут можна виділити наступні типи мотивів іменування:

1. Назви, пов'язані з кулінарією:

а) кулінарні заклади (“*Kuchnia*”, “*Kawiarnia*”, “*Kuchnia Magazyn Dla Smakoszy*”, “*Magazyn Wino*”, “*Świat Win*”);

б) харчові інгредієнти, наприклад, спеції (“*Sól i pieprz*”);

в) страви (“*Ciasta sprawdzone przepisy*”, “*Popcorn*”, “*Ciasta Sprawdzone Przepisy*”);

г) діяльність, наприклад, приготування їжі (“*Moje gotowanie*”, “*Gotuj krok po kroku*”, “*Polska gotuje*”, “*Lubię gotować*”, “*Gotuj*”, “*Pieczenie jest proste*”, “*Dekoracja Ciast*”).

2. Назви, що вказують на смакові відчуття (“*Palce lizać*”, “*Filiśanka Smaków*”).

3. Назви, пов'язані з кулінарними жанрами:

а) рецепти:

- назви, що вказують на походження нормативних актів (“*Przepisy czytelników*”, “*Przepisy czytelników*”, “*Prześlij Przepis*”, “*Prześlij Przepis Wydanie Specjalne*”, “*Prześlij Przepis. Kulinarne Hity*”);

- назви, що вказують на тип страви, дають позитивну оцінку (“*Kulinarne hity*”, “*Polityka przy kawie*”, “*Superhobby. 100 najlepszych salatek na każdą porę*”, “*Polityczna kawa*”, “*Pyszne Ciasta (Z życia Wzięte)*», “*Najlepsze Ciasta*”, “*Smacznie, Zdrowo, Kolorowo*”);

- кулінарна книга (“*Kukbuk*”, “*Biblioteczka Poradnika Domowego*”, “*Biblioteczka Poradnika Domowego Wydanie Specjalne*”, “*Poradnik Smakosza*”).

4. Імена, які ідентифікують одержувача (“*Magazyn dla smakoszy*”, “*Magazyn Smak*”, “*Apetyt*”, “*Slovly Vegie*”).

5. Назви, що вказують на відправника (“*Poradnik Restauratora Food service*”, “*Ciasta Czytelników*”, “*Świat Kobiety. To jest pyszne*”, “*Smaczna Kuchnia Pani*”, “*Pani Domu Poleca*”, “*Przyjaciółka Poleca*”).

6. Назви, що рекламують певний бренд – назва мережі магазинів (“*Smaki życia dostępne w Biedronce*”, “*Prześlij Przepis!*»).

Також слід зазначити, що значний конкурент для кулінарних журналів це Інтернет. Надзвичайно популярні сторінки з рецептами, кулінарні блоги та навчальні відео, що полегшують приготування або випікання²².

Польському пресонімікону притаманне функціонування назв, що мотивуються звуконаслідувальною лексикою. Так, зокрема, у назві журналу “*Gaga*” чітко простежується зв'язок із лексемою *gaga*, що

²² Chłędzyńska J. Analiza tytułów czasopism polskich. Onomastica. XLV, 2000. S. 233.

означає «звук, лепет; тобто голос немовляти, своєрідна синестезія звуку». Лексема *gaga* в англійській мові, в її жаргонному варіанті, означає «бути захопленим ким-небудь, закоханим у кого-небудь / що-небудь, схвилюваним чим-небудь»²³.

Фіксуємо й назви періодичних видань, номінаційною основою яких виступають топоніми, зокрема, назви населених пунктів (ойконіми) чи найменування значних територій (хороніми): “*Cieszynski Pamiętnik*” (*Cieszyn* – місто на півдні Польщі на кордоні з Чехією), “*Mazury Suwalszczyzna*” (*Mazury* – історичний район Польщі), “*Dziennik Poznański*” (*Poznań* – місто в центральній частині західної Польщі), “*Dziennik Warszawski*”, “*Warszawa*” (*Warszawa* – столиця Польщі); “*Biuletyn Zachodnio-Pomorski*” (*Західнопоморське воєводство* розташоване у Північно-Західній Польщі, це територія історичної Східної Померанії, польська частина сучасного євро регіону «Померанія»).

Пресоніми Польщі відетнонічного походження характеризуються незначною продуктивністю («*Żydowski Miesięcznik*” (євреї – загальна назва народностей, які живуть у різних країнах і об’єднані спільністю походження від давньоєврейського народу, що населяв Палестину до перших століть нашої ери)²⁴).

Номінація невеликої групи пресонімів відбувалася на основі антропонімів. Виявлено групу найменувань, де феміноніми (особові імена жінок: “*Jany*”, “*Tina*”, “*Olivia*”, “*Claudia*”, “*Tina. Rozrywka ze smakiem*”), та міфоніми чи релігійніми (власні імена релігійних, історичних чи літературних персонажів: “*Kikimora*”, “*Akwilon*”) використовуються як назви періодичних видань. Назва “*Kikimora*” походить від лексеми *kikimora* (рос. кикімора, біл. кікімара) – російський і, меншою мірою, білоруський міфологічний персонаж, зазвичай жіночої статі, мешкає в домі людини та інших будівлях, пряде в нічний час, завдає збитків і неприємностей господарству та людям. Пресонім “*Akwilon*” має подвійну мотивацію – відонімного та відапелятивного походження (пор. *Аквілón* (лат. *Aquilo*) – холодний північний вітер; латинська назва грецького бога північного вітру Борея. У переносному значенні вживається як лиха доля, фатум)²⁵.

Отже, аналіз лексичних одиниць, що використовуються як твірні лексеми для пресонімів, дозволив виділити ряд лексично-семантичних груп слів, які використовувалися для номінації періодичних видань.

²³ Фояківа О. І. О системном анализе имен собственных в художественном тексте. Проблемы комплексного анализа языка и речи. Ленинград, 1982. С. 83.

²⁴ Словник української мови: в 11 томах. Т. II. С. 494.

²⁵ Фояківа О. І. О системном анализе имен собственных в художественном тексте. Проблемы комплексного анализа языка и речи. Ленинград, 1982. С. 83.

Домінантними виявилися назви засобів інформації, мотивовані найменуваннями осіб чи групи осіб (37,3 %) та абстрактними поняттями (36,4 %). Однаковою продуктивністю відзначаються пресоніми, похідні від назв організацій (4,6 %), реалій фауни та флори (4,3 %), а також одиниць із сеомою «світло» (5 %).

3. Функціонально-прагматична характеристика пресонімів Польщі

Назва друкованої продукції відіграє ключову роль у сприйнятті інформації. Саме тому найменування ЗМІ повинне бути привабливим і цікавим, у цьому плані назву можна порівняти зі слоганом реклами. Номінації газет і журналів, як і будь-який інших денотатів, виконують три основні функції: номінативну, інформативну та експресивну. Для повної реалізації всіх цих завдань при створенні пресоніма використовуються різні мовні та немовні засоби. Якщо врахувати, що номінативну функцію виконують усі пропріативи, то вибір мовних засобів для створення інших функцій назв засобів масової інформації дуже широкий²⁶.

Дослідження пресонімів Польщі засвідчує, що кожна власна назва цього типу є багатофункціональною. Всі найменування засобів масової комунікації, окрім звичної основної функції – *номінативної*, включають у себе й ряд інших: *інформаційну*, *аккумулятивну*, *емоційно-естетичну*, *комунікативно-прагматичну*.

Функції пресоніма не слід плутати з, власне, інформацією, яку вони передають. Проте О. Бурмистрова²⁷, досліджуючи функціонал артіонімів загалом, звертає увагу на те, що *інформаційна* функція тотожна з енциклопедичною інформацією власних назв. Але дослідниця зазначає, що однакові найменування різних творів мистецтва, тим не менш, виконують різну функцію.

Також варто наголосити на тому, що *інформаційна* функція – дуже важлива в пресонімії, тому що назва газети чи журналу буде чимало індивідуальних концептів і різноманітних конотацій у свідомості читача. Таким чином, інформаційна функція пресоніма має на меті допомогти реципієнту правильно сприйняти зображення, певною мірою «пояснити» задум видавництва²⁸.

Не менш важливою є й *емоційно-естетична* функція пресоніма. Варто зазначити, що вона дещо специфічна для такого виду власних

²⁶ Бойко Н. І., Кайдаш А. М. Міфологеми в українському романтичному просторі : монографія : монографія. Ніжин : Вид-во НДУ ім. М. Гоголя, 2010. С. 133.

²⁷ Бурмистрова Е. А. Название произведений искусства как объект ономастики : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 – русский язык. Волгоград, 2006. 18 с.

²⁸ Бацевич Ф. С. Філософія мови: Історія лінгвофілософських учень: Підручник. Київ : ВЦ «Академія», 2008. С. 83.

назв, адже це частина творчого процесу, що відображає естетичне ставлення митця до дійсності, яке діє на сприйняття реципієнтом об'єкту. *Емоційно-естетична* функція пропріативів такого типу пов'язана з його художнім значенням, яке дозволяє сприймати назву друкованого продукту як певний закодований текст²⁹.

Комунікативно-прагматична функція пресонімів впливає на підсвідомість і поведінку сприйняття реципієнта. Тобто, іншими словами, ця функція пропріатива полягає в тому, щоб назва ЗМІ викликала в споживача даного продукту бажання придбати його. Таким чином, маємо на увазі, що комунікативно-прагматична функція, певною мірою, повинна зацікавити, привернути увагу реципієнта³⁰.

Окрім вищезгаданих функцій, можемо говорити про *аккумулятивну* – власна назва збирає та зберігає в собі інформацію, наприклад, про зображені місця, час та дію³¹.

Систематизація пропріативного матеріалу з точки зору функціонально-прагматичного підходу дозволила виділити серед польських пресонімів окремі групи:

– *назви-гасла* (представлені синтаксемами типу фінітив та директив), пор. *гасло* – висловлена у стислій формі ідея, політична вимога, завдання; заклик; умовний знак для дії; попередження, сигнал³²). Вони формують символи ідеологічних орієнтирів суспільства, що репрезентують ідею спільної боротьби за політичні ідеали та ідею руху вперед до світлого майбутнього. Такі назви архаїчні, нині не використовуються в сучасному ономастиконі Польщі;

– *назви-застереження* (ситуатив) (пор. *застережати* – заздалегідь попереджати кого-небудь про щось небезпечне, небажане; робити додаткове зауваження, роз'яснюючи або уточнюючи думку³³). Цей тип можна проілюструвати прикладом назви газети “*Na straży*”, прагматичне значення якої формується багато в чому завдяки лексичному наповненню. Зазначений функціонально-прагматичний тип найменування газети класифікуємо як архаїчний;

²⁹ Бочарова І. В. Геортоніми як темпоральні синтаксеми. *Система і структура східнослов'янських мов* : зб. наукових праць. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. Вип. 3. С. 7.

³⁰ Васильєва О. Денотатно-номінативна класифікація ідеонімів. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. Вип. 5 (330). С. 166.

³¹ Воркачев С. Г. Лингвоконцептология и межкультурная коммуникация: источники и цели. *Филологические науки*. 2005. Вип. 4. С. 27.

³² Словник української мови: в 11 томах. Т. II. С. 39.

³³ Ibid. Т. III. С. 329.

– назви зі сугестивною властивістю (пор. сугестивний – який впливає на кого-небудь, викликає у когось певні уявлення, настрої; пов’язаний із навіюванням³⁴). До таких найменувань класифікуємо наступні синтаксеми:

а) синтаксема з групи локатив, підтип «місце, де відбуваються події» (“*Polski Las*”, “*Poznański Przegląd*”, “*Nowiny Raciborskie*”, “*Monitor Warszawski*”, “*Kurier Wileński*”, “*Kurier Poznański*”, “*Kronika Wiadomości Krajowych i Zagranicznych*”, “*Korrespondent Warszawski*”). Завдяки лексичному наповненню підкреслює свою призначеність читачам, які проживають у цій місцевості, а також прогнозує відповідь на запитання: «Які події відбуваються в цій місцевості?»;

б) у разі використання особистих займенників синтаксеми розглянутих вище груп, що належать до дестинативів і комітативів, служать інтимізації спілкування, а комітатив завдяки ще й формі орудного відмінка зі значенням спільності створює відчуття близькості у спілкуванні адресата та адресанта^{35, 36} (“*Dla Ciebie*”, “*Z Tobą*”, “*Dla niej*”).

Таким чином, актуальність нашого дослідження обумовлена тим, що назви друкованих засобів масової інформації це те, що завжди привертає увагу споживача. Це перша інформація про продукцію, яка повинна зацікавити читача, яка завжди «на слуху», часто обростає всілякими асоціаціями та викликає інтерес. Медіаномінація, як і сам візуальний об’єкт, є частиною творчого процесу й володіє естетичним потенціалом, в якому відображено ставлення видавництва до навколишнього світу. Будучи вербалізованим текстом, пресонім впливає на зорове і слухове сприйняття, формуючи у людини почуття прекрасного, емоційне, моральне ставлення, тому саме естетична та комунікативно-прагматична функції пропріатива зазначеного сектору ономастичного простору є найбільш значущими. Всі ці функції відображають суть найменувань друкованих видань Польщі, їхнє призначення, а також здатність не лише називати продукт, а й комунікувати з реципієнтами.

ВИСНОВКИ

У східнослов’янському мовознавстві незначна кількість праць, присвячених опису назв періодичних видань. Проте пресонімія загалом, і польська пресонімія зокрема, характеризується специфікою структурно-граматичних, семантичних і прагматичних особливостей.

³⁴ Словник української мови: в 11 томах. Т. IX. С. 820.

³⁵ Крюкова И. В. Имена собственные в макро- и микросоциуме : монография. Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2016. С. 83.

³⁶ Цілина М. М. Структурна класифікація українських ідеонімів. *Science and Educationa New Dimension. Philology*, III (15), Issue: 68. Budapest, 2015. P. 83.

Відповідно до кількості структурно-семантичних компонентів диференціюємо однокомпонентні, двокомпонентні та багатокомпонентні пресоніми. Домінантними виявилися двокомпонентні найменування. У межах цієї групи онімів виділяється велика кількість похідних конструкцій, реалізованих у різних номінативних моделях («іменник + іменник», «прикметник + іменник», їх модифікації з прийменником і без прийменника тощо).

Система пресонімів досліджуваного регіону надзвичайно залежна від екстралінгвістичних факторів (рівня розвитку країни, соціальних потреб суспільства, політичних пріоритетів тощо), які впливають насамперед на семантичний рівень системи назв газет і журнали. Найбільш продуктивним і цікавим для наукового спостереження виявився період динамічного розвитку польської пресонімії, що охоплює 1918–1930-ті роки.

Для подальшого всебічного вивчення системи пресонімів необхідно розробити критерії послідовного аналізу динамічних процесів у системі найменувань періодичних видань.

Домінантною моделлю серед пресонімів Польщі є онімоконструкції «прикметник + іменник», а менш продуктивним є модель «дієслово + іменник».

Аналіз пресонімів дозволив нам визначити їх основні структурні та граматичні особливості, що реалізують одну з найважливіших функцій газетного тексту: інформаційну. Найбільшою репрезентативністю відзначаються найменування газет і журналів, мотивовані специфічною тематикою та локацією.

Аналіз принципів номінації засобів масової інформації (друкованих видань) дозволяє визначити різноманітні ознаки суб'єкта, об'єкта та адресаата номінації, а також виявити національно-культурні особливості їх співвідношення.

Результати дослідження дозволяють розподілити періодичні видання Польщі на офіційні, суспільно-політичні, фахові та клерикальні. До того ж, на основі чотирьох мотиваційних ознак (інформаційної, тематичної, локативно-хронологічної, що відображає метареферентну ситуацію), польська преса представлена різними типами періодики, зокрема такими виданнями:

– назви періодичних видань, мотивовані конкретною тематичною ознакою (наука, спорт, політика, природа, економіка);

– найменування періодичних видань, що інформують про хронологію або час появи й подеколи відображають історичні події (фіксований часу (доба, місяць, рік), нефіксований час (вічність, ера, минуле, майбутнє);

– номінації з просторово-часовою характеристикою (конкретною чи абстрактною);

– назви з відображенням метареферентної ситуації (маніфестуються ознакою, представленою від автора до адресата або предмета розмови. Подібний ефект спостерігається у онімах, що містять заклик до дії, звернення до духовних цінностей тощо). Ставлення автора до суб'єкта проявляється в актуалізації компонентів важливості та трендовості.

Найменування періодичних видань містять різні раціоналістичні оцінки – *утилітарні* (пов'язані з практичним застосуванням, використанням); *нормативні* (який відповідає нормативу, встановлений нормативом); *трендові* (відрізняються новизною вживання в даний період і частотністю).

Дослідивши онімні одиниці, можемо зробити висновок, що пресоніми здатні створювати асоціації з місцем локації, подеколи відображають історичні події, виконують прагматичну функцію, відбивають усі мовні зміни. Отже, прикметними ознаками пресонімів Польщі є наявність семантично прозорих назв; лексем новий, польський, що вказують на зміни в суспільстві; назв із локативною мотивацією (топонім Польща); простих, складних і складених одиниць.

Пресоніми – специфічна, але не ізольована група пропріативів, тісно пов'язана з іншими видам власних назв. Найменування друкованих засобів масової інформації заслуговують більш пильної уваги науковців, адже медіа – одна з визначних сфер української культури. Перспективність подібних студій полягає в тому, що, аналізуючи назви засобів інформації, вдаємося до комплексного аналізу національної культури, привертаючи увагу до мови, її онімійної системи.

АНОТАЦІЯ

У ході дослідження вдалося систематизувати власні назви друкованих польських засобів масової інформації, враховуючи структурно-дериваційні та мотиваційно-функціональні особливості. На конкретних прикладах показано семантику твірної основи, спосіб словотворення та мотив номінації пресонімів.

Лексико-семантичний аналіз формотворчих основ польських пресонімів дозволяє констатувати домінування назв періодичних видань, твірними лексемами яких були апелятиви. Група медіаномінацій, мотивованих пропріативами, представлена відергонімними, відтопонімними, відантропонімними похідними.

Встановлено, що більшою популярністю користуються складені конструкції, які виникли переважно шляхом власне семантизації та синтаксичним способом. Домінантними структурними типами пресонімів є багатокомпонентні й двокомпонентні словосполучення. Дистрибуція інших типів є дуже різною, бо власні назви бюлетенів й альманахів мають обмежений репертуар, на відміну від назв газет.

Література

1. Бацевич Ф. С. Філософія мови: Історія лінгвофілософських учень: Підручник. Київ : ВЦ «Академія», 2008. 240 с.
2. Бойко Н. І., Кайдаш А. М. Міфологеми в українському романтичному просторі : монографія. Ніжин : Вид-во НДУ ім. М. Гоголя, 2010. 155 с.
3. Бочарова І. В. Геортоніми як темпоральні синтаксеми. *Система і структура східнослов'янських мов* : зб. наукових праць. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. Вип. 3. С. 3–9.
4. Бурмистрова Е. А. Название произведений искусства как объект ономастики : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 – русский язык. Волгоград, 2006. 18 с.
5. Васильєва О. Денотатно-номінативна класифікація ідеонімів. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. Вип. 5 (330). С. 165–168.
6. Воркачев С. Г. Лингвоконцептология и межкультурная коммуникация: источники и цели. *Филологические науки*. 2005. Вып. 4. С. 23–31.
7. Дрогайцева М. А. Медианоминация. Воронеж: Кварта, 2018. 84 с.
8. Іващенко В. Л. *Концептуальна репрезентація фрагментів знання в науково-мистецькій картині світу (на матеріалі української мистецтвознавчої термінології): монографія*. Київ : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2006. 328 с.
9. Караулов Ю. Н. Общая и русская идеография. М. : Наука, 1976. 355 с.
10. Карпенко М. Ю. Онімний простір Інтернету (на матеріалі англomовних сайтонімів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 – германські мови. Одеса, 2016. 20 с.
11. Ковалик І. І. Про власні і загальні назви в українській мові. *Мовознавство*. 1977. № 2. С. 11–18.
12. Кронгауз М. А. Семантика. Москва: Академия, 2005. 352 с.
13. Крюкова И. В. Имена собственные в макро- и микросоциуме : монография. Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2016. 168 с.
14. Лисиченко Л. А. Лексико-семантический вимір мовної картини світу. Харків : Вид. група «Основа», 2009. 191 с.
15. Лобода А. М. Особливості номінації в гемеронімах. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2011. Вип. 25. С. 458–460. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkrpu_fil_2011_25_143 (дата звернення: 13.02.2023).
16. Лукаш Г. П. Актуальні питання української конотоніміки : монографія. Донецьк : Промінь, 2011. 438 с.

17. Михальчук О. І. Мікротопонімія Підгір'я: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 – українська мова. Київ, 1998. 219 с.
18. Молода Польща. *Літературознавча енциклопедія*: у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 2: М – Я. 753 с.
19. Мухаметзянова Л. Р. Названия газет и журналов: функционально-прагматический аспект: автореф. дис. ... канд. фил. наук : 10.02.01 – русский язык. Казань, 2018. 27 с.
20. Новикова Н., Черемисина Н. Многомирие в реалии и общая типология языковых картин мира. *Филологические науки*. 2000. С. 27–37.
21. Ражина В. А. Прецедентные онимы и их роль в культурно-языковом социуме. *Научная мысль Кавказа*. Ростов-на-Дону : СКНЦ ВШ, 2006. Приложение № 11. С. 381–387.
22. Сімановіч В. М. (Лухверчык, В. М.) Назвы беларускіх газет і часопісаў 1950–1960-х гадоў: структурна-граматычны аспект. *Национальные культуры в межкультурной коммуникации (Новая парадигма охраны культурного и природного наследия)* : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 11–12 апр. 2019 г. БГУ, Ф-т социокультурных коммуникаций. Минск, 2019. С. 289–297.
23. Словник української мови: в 11 томах. URL: <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 10.02.2023).
24. Торчинський М. М. Власні назви нематеріальних об'єктів: структура, диференційні ознаки, перспективи дослідження. Хмельницький, 2017. Випуск 1. С. 299–303.
25. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови: монографія. Хмельницький : Авіст, 2008. 551 с.
26. Фоянкова О. И. О системном анализе имен собственных в художественном тексте. *Проблемы комплексного анализа языка и речи*. Ленинград, 1982. С. 83–84.
27. Цілина М. М. Структурна класифікація українських ідеонімів. *Science and Educationa New Dimension. Philology*, III (15), Issue: 68. Budapest, 2015. P. 97–99.
28. Chładzyńska J. Analiza tytułów czasopism polskich. *Onomastica*. XLV, 2000. S. 231–267.

Information about the author:

Gontsa Iryna Semenivna,

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor

at the Ukrainian Language and Methodology Department,

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

20, Malofontanna Str., Uman, Cherkasy region, 20308, Ukraine