

УДК 811.161.+130.281'373.2(476.7)

**Ольга Борисовна Переход**

канд. филол. наук., доц., зав. каф. общего и русского языкознания  
Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина

**Olga Perekhod**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Head of the Department of General and Russian Linguistics  
of the Brest State A. S. Pushkin University

e-mail: [rexo61@mail.ru](mailto:rexo61@mail.ru)

## ГЕМЕРОНИМИЯ В ОНОМАСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ БЕЛАРУСИ: НОМИНАТИВНАЯ СПЕЦИФИКА\*

*Рассматриваются номинативные особенности региональной гемеронимии на материале медианазваний Брестской, Гродненской, Гомельской областей. Данный тип имен собственных формирует периферийный ономастикон, демонстрирует денотативную специфику и определяется рядом лингвистических и экстралингвистических факторов. Охарактеризован ономасиологический аспект создания региональных искусственных номинаций. Установлены мотивировочные признаки, положенные в основу гемеронимов, и определены мотивационные зоны данных имен собственных.*

**Ключевые слова:** гемеронимия, гемероним, медианоминация, номинативная специфика, вторичная номинация, мотивационный признак, мотивационная зона.

### *Hemeronymy in the Onomastyc Space of Belarus: Nominative Specific*

*The article is devoted to consideration of nominative specifics of regional hemeronymy of Belarus on the example of medianominations of Brest, Grodno and Gomel regions. This type of proper names that form peripheral onomasycon demonstrates denotative specificity, reflects the influence of social processes on artificial nomination, is determined by a number of linguistic and extralinguistic factors. The onomasiological aspect of creation of this type of regional artificial nominations is considered. Motivating signs are established, which are the basis of hemeronyms, and motivational zones of proper names are characterized.*

**Key words:** hemeronymy, hemeronym, media names, nominative specificity, secondary nomination, motivational feature, motivational zone.

### **Введение**

Гемеронимы принадлежат к периферийному ономастикону и образуют в кругу имен собственных особую пограничную подсистему. С одной стороны, они выполняют функцию продвижения СМИ на рынке товаров и услуг и потому относятся к группе «рекламных имен» [1]. С другой стороны, все СМИ, и коммерческие, и некоммерческие, функционируют в интеллектуальной, идеологической, художественной сферах деятельности человека, поэтому представляют собой один из сегментов современной идеонимии. К гемеронимам мы относим широкий спектр медианоминаций, включая в этот разряд не только названия

органов периодических печатных изданий, как при узком подходе [2], но и названия электронных, сетевых СМИ, теле- и радиопрограмм [1, с. 32].

Актуальность исследования гемеронимов, как и других периферийных разрядов имен собственных, обусловлена тем, что они являются своего рода репрезентантами активных номинативных процессов, происходящих в языке и речи, отражают коммуникативные намерения адресантов и ожидания адресатов, фиксируются в письменной форме, тиражируются в рекламе, входят в повседневную речевую практику и пополняют словарный состав языка.

Настоящая статья является логическим продолжением статьи, где рассматривалась структурная специфика гемеронимии Беларуси [3].

Цель статьи – установление номинативной специфики гемеронимии Беларуси (на примере медианоминаций Брестской, Гродненской и Гомельской областей).

\*Статья подготовлена в ходе реализации НИР «Периферийный ономастикон Беларуси: лингвистический и экстралингвистический аспекты» (№ госрегистрации 20211415) ГПНИ на 2021–2025 гг. при финансовой поддержке Министерства образования Республики Беларусь.

*Объектом* научного изучения являются региональные гемеронимы, формирующие медиапространство трех областей Беларуси – Брестской, Гродненской, Гомельской.

*Предмет* исследования – ономаσιологический (номинативный) аспект создания данного типа региональных искусственных номинаций. Установление номинативной специфики гемеронимов Брестчины, Гродненщины и Гомельщины предполагает определение мотивационных зон и мотивировочных признаков, положенных в основу искусственной номинации.

Источниками для сбора языкового материала послужили: сайт Министерства информации Республики Беларусь, сайты областных и районных исполнительных комитетов трех вышеназванных областей; официальные сайты печатных, электронных, сетевых СМИ исследуемых регионов; иные интернет-ресурсы, а также «Государственный реестр издателей, изготовителей и распространителей печатных изданий (в части издателей)», «Реестр распространителей продукции телевизионных и (или) радиовещательных средств массовой информации», «Перечень сетевых изданий, зарегистрированных в Госреестре СМИ на 20.01.2021».

#### **Лингвистический статус гемеронима**

В ономастике существует проблема определения лингвистического статуса гемеронима. К этому вопросу обращались О. И. Федосова (ее работа «Лингвистический статус гемеронима» [4] является одной из наиболее часто цитируемых в научной литературе, посвященной проблемам гемеронимии), Т. И. Кравец [5] и др. Отмечается ряд характерных черт гемеронимов, как выделяющих их среди имен собственных, так и идентифицирующих с другими группами периферийных онимов. Сложность определения природы гемеронима заключается в том, что в нем соединены интра- и экстралингвистические факторы, формирующие гемероним как особый тип языкового знака.

Прежде всего обращает на себя внимание денотативная специфика гемеронима как языкового знака, обладающего особым характером индивидуализации, поскольку гемеронимы называют не отдельные единичные предметы, а «целые серии, тиражи,

выпуски однородных газет, журналов, альманахов», теле- и радиопроектов, т. е. реализуют «не предметную индивидуализацию как обычные имена собственные, а особую индивидуализацию права на выпуск» определенной медийной продукции [4, с. 78].

Эту особенность гемеронимов отмечает и М. В. Голомидова, рассматривая их в собственно ономастическом аспекте и называя их «знаками-индивидуализаторами», которые используются для «именного маркирования целой совокупности регулярно выпускаемых текстов, объединенных информационной концепцией и политикой соответствующих СМИ» [6, с. 113]. Подобная денотативная специфика отмечается и в других разрядах периферийных имен собственных, например, в прагматонимах (словесных товарных знаках, рекламных именах), номинации которых закрепляют юридическое право производителей на выпуск определенного вида продукции.

Во-вторых, создание гемеронима – это процесс и результат искусственной номинации, т. е. «рационального... именотворчества, которое предполагает наличие конкретных авторов, целенаправленный... отбор мотивировочных признаков будущего имени собственного, лексических мотиваторов и способов словообразования», имеет «расчет на априорную узуализацию через закрепление имени в соответствующих нормативных текстах и фиксированную форму его подачи в заголовке соответствующей печатной продукции» [6, с. 113] и программах теле- и радиопередач.

В-третьих, собственно лингвистическую природу гемеронимов определяют следующие особенности:

а) *синтаксические (структурные)*: имена собственные создаются по продуктивным и малопродуктивным моделям, допустимым в данном языке;

б) *словообразовательные*: гемеронимы образуются узуальными и окказиональными способами, характерными для определенной языковой системы (преобладает вторичная номинация с «новым назначением», однако достаточно распространены и нетиповые способы, особенно в номинациях теле- и радиопроектов, коммерческих печатных изданий);

в) *лексико-фразеологические*: в качестве мотивирующих используются устой-

чивые сочетания слов и лексика разных тематических разрядов и стилистической маркировки, частично противопоставленная лексическому узусу как в смысловом плане (наблюдается семантическое расширение или сужение в результате вторичной номинации, метафоризация, метонимические сдвиги под влиянием идеологических клише или новых реалий), так и в функциональном назначении.

В-четвертых, специфика гемеронимов как одного из разрядов ономастической лексики определяется такими экстралингвистическими факторами, как «недолговечность и изменчивость, зависящая от изменений политической, экономической и общественной жизни»; «идеолого-политическая направленность»; «привязка к дискурсу массовой коммуникации», «рекламная функция», «адресатная направленность», «влияние на формирование типового адресата» [7, с. 49].

#### **Номинативная специфика гемеронимов**

Анализ теоретических аспектов процесса номинации определяет два момента в исследовании типов номинации: выявление структурно-семантических особенностей и установление мотивировочных признаков [5, с. 9]. Гемеронимы представляют собой мотивированные номинации. Лексическое наполнение установленных структурных схем гемеронимов Брестчины, Гродненщины и Гомельщины, частеречная принадлежность компонентов этих схем и их семантика [3] позволяют охарактеризовать номинативную специфику гемеронимии, очертить мотивационные зоны, значимые для именования региональных СМИ. Эти зоны во многом обусловлены типом СМИ и формой его периодического распространения.

*Локативная мотивационная зона* является наиболее представительной в гемеронимах всех трех исследуемых областей Беларуси. В гемерониме закрепляется местонахождение адресанта. В периодических печатных изданиях, сетевых и электронных СМИ, передачах радио и телевидения «настойчиво подчеркивается их региональность и привязанность к своей территории» [8, с. 43]. Это объясняется тем, что «для регионального медиаполя важно зафиксировать свой регион», уточнить локацию, тем самым определить и сохранить основной

контингент потребителей данной информационной продукции. Языковыми средствами выражения являются существительные-локативы общей семантики (*край, город*), астионимы и хоронимы (*Брест, Гродно, Гомель, Полесье* и др.) и производные от них (*Камянеччына, Веткаўшчына, Бераставіцкая, Брестский, Лидское, Кобрынскі* и др.), астионимы-сокращения (телепрограмма «НОВО-ТВ», где *Ново* – сокращение от Новогрудок), гидронимы (*Буг, Сож, Нёман, Нірэя* – древнее название *Сожа*); используется и паралингвистическое средство – телефонный код региона («152.by», где 152 – код г. Гродно). Ниже представлены примеры гемеронимов, объективирующих локативную мотивационную зону:

1) номинации печатных СМИ (*Брестская обл.*: газеты: «Наш край», «Заря над Бугом», «Янаўскі край», «Навіны Камянеччыны», «Брестский курьер»; *Гродненская обл.*: «Гродзенская праўда», «Слоні́мскі веснік», «Бераставіцкая газета»; *Гомельская обл.*: «Гомельская праўда», «Маяк Палесся», «Голас Веткаўшчыны», «Добрушскі край»; журналы: «Гродно», «Деловой Гомель», «Нефтяник Полесья»);

2) номинации электронных СМИ (*Брестская обл.*: РУП РТЦ «Телерадиокомпания “Брест”», КИУП «Телекомпания “Пинск”», ТК «Буг ТВ», «Буг Информ»; *Гродненская обл.*: РУП РТЦ «Телерадиокомпания “Гродно”», КУП «Телерадиовещательный канал “Гродно Плюс”», КУП «Лидское телерадиообъединение»; *Гомельская обл.*: РУП РТЦ «Телерадиокомпания “Гомель”», ТК «Нірэя Гомель», городская телепрограмма «Гомель ТВ», телеканал «Речица ТВ», телеканал «Мозырь»);

3) номинации сетевых СМИ, порталов, сайтов (*Брестская обл.*: сетевые СМИ «berezacity.by», «drogichin.by», «janow.by», «media-polesye.by», «nadbugom.by»; порталы «Брест. Сити Новости Бреста и Брестской области», «КобринСити», «Кобрин-информ», социально-информационный портал «Реальный Брест», региональный портал «Виртуальный Брест»; *Гродненская обл.*: сетевые СМИ «vgr.by» («Вечерний Гродно»), «grodnonews.by», «lidanews.by»; региональный портал «Гародня», бизнес-портал «Grodno.in»; *Гомельская обл.*: сетевые СМИ «gr.by» («Гомельская правда»), интернет-газета «Гомель. Сильные ново-

сти»; городской портал «Живой Гомель», «ГородГомель.by», информационно-развлекательный портал «vGomele.by», информационный интернет-сайт «Весь Гомель»;

4) номинации радиостанций: радио «Брест», «Барановичи FM»; радиостанция «Гродно», «Гомельское городское радио», радиостанция «Гомель+»;

5) номинации телепрограмм и телепроектов: «Берасцейская скарбніца», «Палескія нарысы» (ТРК «Брест»); «Окна города», «Надежда на село» (ТРК «Гродно»); «Гомельский Олимп» (ТРК «Гомель»).

б) номинации радиопередач: «Барановичи – события» («Барановичи FM»); «Модный город» («Гомельское городское радио»).

**Темпоральная мотивационная зона** гемеронимов демонстрирует временную сущность явлений, специфическую взаимосвязь моментов времени и временных характеристик, динамику изменения явлений и процессов, обусловленных социокультурной спецификой человеческого существования, значимостью их в отражении бытия. «Все существующее в мире обладает пространственным и временным параметрами... Когда речь идет о происходящем и преходящем, важна ось времени; когда речь идет о сущем и пребывающем, важна пространственная локализация» [9, с. 170].

Временные мотивационные признаки положены в основу следующих гемеронимов:

*Брестская обл.:* газета «Вечерний Брест», «The Baranovich Times» (городская информационная газета на английском языке); «Главное за неделю», «Утренний эспрессо» (ТРК «Брест»), «Бодрое утро!», «Лучший день», «Еще не вечер» («Барановичи FM»), «Первое утреннее шоу», «Будни – это легко» (радио «Брест»);

*Гродненская обл.:* газеты «Дзянніца» (денница – утренняя звезда), «Вечерний Гродно»; «Сезон удачи» (ТРК «Гродно»), «Дневной розыгрыш» («Лидер FM»);

*Гомельская обл.:* «Наши радиобудни» («Гомельское городское радио»), Радио «Ранак» (Светлогорск); «Вековой рубеж», «Хроника победы» (ТРК «Гомель»).

**Медийная (информационная) мотивационная зона** гемеронима отражает сущностную характеристику СМИ, поэтому использование в его названии слов, указывающих на информацию, «призвано подчерк-

нуть суть объекта, отразить его важность, значимость в жизнедеятельности общества» [5, с. 9]. Языковыми средствами выражения медийности в гемеронимах является широкий круг слов с информативной семантикой (*навіны, новости, курьер, правда, веснік, газета, голос, события, репортаж*), заимствованные элементы (*инфо-, информ, пресс, media, news, радио*), аббревиатуры (*ТВ, ТУ, FM, ФМ* (обиходное обозначение радиовещательного поддиапазона)):

1) номинации печатных СМИ (газеты: «Навіны Камянеччыны», «Брестский курьер», «Кобрынскі веснік»; «Гродзенская праўда», «Слоні́мскі веснік», «Астравецкая праўда», «Бераставіцкая газета»; «Гомельская праўда», «Голас Веткаўшчыны», «Интекст-пресс», «Калінкавіцкія навіны», «Ча-чэ́рскі веснік»);

2) номинации электронных СМИ (телекомпания «Буг Информ», УП «Лидское телерадиообъединение», телепрограмма «НОВО-ТВ», городская телепрограмма «Гомель ТВ», телеканал «Речица ТВ»);

3) номинации сетевых СМИ, порталов, сайтов («media-polesye.by», «Брест. Сити Новости Бреста и Брестской области», «Кобрин-информ»; «lidanews.by»; «Гомель. Сильные новости»);

4) номинации радио- и телепередач («Нелли-Инфо» (Мозырь), «Правда радио» (Светлогорск); «Барановичи-события» («Барановичи FM»), «Радиотерапия», «Наши радиобудни» («Гомельское городское радио»), «Телеприемная», «Телемаркет» (ТРК «Брест»), «Специальный репортаж» (ТРК «Пинск»)).

**Тематическая (содержательная) мотивационная зона.** Это одна из наиболее значимых мотивационных зон, которая обусловлена «иллокутивными намерениями человека, присваивающего имя объекту» [10] и «такой характеристикой газеты (и другого медиаоргана – *О. П.*), как взаимодействие в процессе создания двух начал – совокупного автора и читателя» [5], а также тематикой и жанром телерадиопрограммы. Зона сильно дифференцирована, прежде всего это касается номинаций телерадиопередач, отражающих целую палитру мотивационных признаков (далее – м/п) из разных сфер общественной жизни:

1) м/п «*информация/новости/события*»: «Обзор мировых событий» (ТРК «Брест»),

«Подробности» (ТРК «Пинск»), «Хорошие новости» («Лида ФМ»), «События» («Лидское телерадиообъединение»), «Интересный факт», «События недели» («Гомель ТВ»), «Новости Мозыря», «Факты и происшествия», «Итоги» (ТК «Мозырь»);

2) м/п «культура»: «Берасцейская скарбніца» (ТРК «Брест»), «Палеская скарбон-ка» (ТРК «Пинск»), «День в музее» (ТРК «Гродно плюс»), «Творчество души» («Гомель ТВ»), «Улицы и достопримечательности Гомеля» (сетевое СМИ);

3) м/п «здоровье»: телемарафон «Дзякуй, доктар!» (ТРК «Брест»), телепрограмма «36,6» (ТРК «Пинск»); журнал «Целитель» (Гродно), газета «Навигатор здоровья», «Просто о здоровье» (ТРК «Гродно»); «Радиотерапия» («Нелли-Инфо» Мозырь), журнал ГГМУ «Проблемы здоровья и экологии», «Диалог о здоровье» (ТРК «Гомель»);

4) м/п «спорт»: «СпортЭфир» (ТРК «Пинск»), Спорт life, PRO-спорт (ТРК «Брест»); «Гомельский Олимп», «Старты и финиши» (ТРК «Гомель»); «Спорт с Евгением Монарховичем» (ТК «Мозырь»), «Честная игра (программа о спорте)» (Радио «Гомель FM»); «Диалоги о спорте» (ТРК «Гродно»), «Спорт как жизнь» (КУП «Лидское телерадиообъединение»);

5) м/п «религия»: «Свет православия» (ТК «Интекс» Барановичи), «Ответ священника», «Училище благочестия», «Православная планета» (ТК «Буг ТВ»); газета «Сретенье», «Обитель души» (ТРК «Гомель»); «Свет веры», «Радасць Евангелля» («Лидское телерадиообъединение»);

6) м/п «музыка»: «МуZZаряд» (ТК «Варяг»), «Наши песни» («Барановичи FM»), «Забывтый винил» («Свое радио 106,1 FM» ТРК «Варяг»), «Хиты первой линии» (радио «Брест»); «Киномузыка» (радиостанция «Гомель+»), «Музыкальное утро» (ТК «Нірэя»), «Белорусская эстрада» (ТК «Речица ТВ»), «Хиты Нелли-инфо» («Нелли-инфо» Мозырь); «Музыка на канале» («Гомель ТВ»);

7) м/п «бизнес»: газета «Деловой перекресток» (Барановичи), «Бизнес-вектор» (ТРК «Брест»); «Экономическое обозрение» (ТРК «Гомель»), газета «Светлогорский бизнес»;

8) м/п «кулинария»: «Вкусное утро» (ТК «Варяг»), «Смак папараці» (ТК «Интекс»); «Сладкий пирог» (ТК «Речица ТВ»),

«Звездная кухня» (ТК «Нюанс» Жлобин), «Нормальный борщ» («Нелли-инфо»);

9) м/п «путешествия»: «Глобус» (ТК «Буг ТВ»), «Крутой маршрут» (радио «Брест»); «Другие страны» («Гомель ТВ»), «Лёгкое падарожжа» (радио «Гомель FM»); «Чемоданное настроение» (радио «Лидер ФМ», Лида);

10) м/п «сельская жизнь»: «Земля и люди» (ТРК «Брест»), «Вот моя деревня» (ТРК «Гомель»), «Надежда на село» (ТРК «Гродно»);

11) м/п «реклама»: «Телемаркет» (ТРК «Брест»); газеты «Рекламка» (Гродно), «Правильная реклама» (Гомель);

12) м/п «труд»: газета «Праца» (Зэльва), «Профессионалы» (ТК «Гродно плюс»), «Знак качества» (ТРК «Гомель»);

13) м/п «люди/персоны»: «Новые лица», «Гость студии» (ТРК «Брест»), «Постаці», «Портреты» (ТРК «Гомель»), «Ветеран труда», «Человек дела» (Гомель ТВ) «Люди» (радио «Ранак» Светлогорск), «Званный гость» («Лидское телерадиообъединение»), «Портрет. Бондаренко. 2016» (ТРК «Гродно»);

14) м/п «война/история»: газета «Перамога» (Дятлово), «Цена Победы», «Освобожденные. Гродно 2016», «Шаги к Победе. Зинаида Судакова»; «К 70-летию освобождения Беларуси. Неизвестные страницы войны» (ТРК «Гродно»); «Хроника Победы» (ТРК «Гомель»), «Историада» («Гомель ТВ»), «Исторический альбом» (ТК «Пинск»);

15) м/п «социальная сфера»: «Имущество» (ТРК «Гомель»), «Приемный день» (ТК «Речица ТВ»), «Надо разобраться» (ТРК «Брест»);

16) м/п «природа и экология»: «Золотарник» (ТРК «Гродно»), «Беловежская пуца» (ТРК «Брест»);

17) м/п «кино»: «Киноскоп» (ТК «Варяг» Пинск), «Кинотрейлер» (радио «Гомель FM»), «Красная дорожка», «Всё кино» («Лидер ФМ»), «КиноЗвезда» (ТК «Интекс» Барановичи);

18) м/п «развлечения/увлечения»: газеты «Суперсканворд», «Скандики» (Гомель), «ИгроMANIA» (радио «Ранак» Светлогорск), «Познавательный Забиран» («Гомельское городское радио», «Обратная сторона игры» (радиостанция «Гомель+»);

19) м/п «юмор»: «Формат юмора» («Гомель ТВ»), «Актерские байки» (радиостанция «Гомель+»);

20) м/п «звезды / светская жизнь»: «Звездный бренд» («Свое радио 106,1 FM» Пинск «Варяг»), «Биография кумиров» («Гомель ТВ»).

**Целевая мотивационная зона.** В медианоминациях нередко содержится указание на целевую аудиторию, под которой понимаются все потенциальные и реальные потребители СМИ и на которую ориентирован отправитель информации. Определение и удержание адресата номинации – одна из задач производителей медиапродукции. Целевая аудитория СМИ сегментирована по ряду социально-демографических характеристик (пол, возраст, род занятий, семейное положение) и психографических профилей, учитывающих особенности самоидентификации, стиля жизни и мировоззрения людей. Это находит отражение в искусственных номинациях СМИ, например, м/п «дети»: «Детское время» (ТРК «Брест»), «Детский час» («Гомель ТВ»), «Для маленькой компании» («Лидское телерадиообъединение»), «Для самых маленьких» (ТК «Буг ТВ»); м/п «школа»: журнал «Класс» (Брест), «Школьные заметки» (ТК «Гродно плюс»); м/п «молодежь»: газета «Молодежный город» (Гродно); м/п «семья»: «Максимально женатые» («Гомельское городское радио»), м/п «пенсионеры» «Гомельский пенсионер»; м/п «гендерный признак»: «Эгоистка», «По-мужски», «Интервью по-женски» (ТК «Гродно плюс»), ПРОмам (ТК «Нюанс» Светлогорск); м/п «автодело»: «Autonews» (радио «Брест»), «Автораборка» (ТК «Гродно плюс»), «Автострада» (радио «Лидер ФМ» Лида), «Автодром» («Гомельское городское радио»).

Отдельную группу составляют номинации, называющие целевую группу по профессиональному целевому признаку (прежде всего отраслевые издания): газеты «Вестник автопарка», «Текстильщик» (Барановичи), «Нефтяник», «Нефтяник Полесья», «Сельмашевец», «Голос литейщика» (Гомель), «Гомельский стекловар», «Гродненский химик».

**Метареферентная мотивационная зона.** В эпистемологии элемент *мета* означает «о себе». Мотивационные признаки данной зоны, положенные в основу номина-

ции, демонстрируют отношения значимости, связывающее субъекта (имядателя) с другим человеком или группой лиц (адресатом номинации). Таким образом номинации отражают метареферентную ситуацию, которая задана референтным именем или дейктическими словами и формами слов. Для этого в номинировании востребованы так называемые идентификационные формулы, т. е. речевые обороты, с помощью которых обеспечивается особый характер взаимоотношений авторов медианоминации и ее адресатов. Продуктивным является обращение к дейктическим словам – *личным, притяжательным, определительным местоимениям*: «Наши песни» («Барановичи FM»), «Наш час» (Волковыск), «Мой вопрос» («Лидское телерадиообъединение»), «Вот моя деревня», «Самая моя Гомельщина» (ТРК «Гомель»), «Наши радиобудни» («Гомельское городское радио»), «Наши в городе» («Гомельское городское радио»), газета «Своими глазами» (Гомель), «В эфире – МЫ!» (ТРК «Брест»); *к референтным именам*: телемарафон «День телезрителя» (ТРК «Брест»), «Виновику торжества» (ТК «Варяг» Пинск) и др. Доверительные отношения между имядателем и адресатом выстраиваются при использовании императивных номинаций: «Дзякуй, доктар!», «Будем здоровы!» (ТРК «Брест»), «Примите поздравления» (ТК «Интекс» Барановичи); «Размаўляем па-беларуску» (ТРК «Гомель»); при обращении к чувствам, духовным ценностям адресата: «От сердца к сердцу», «Честь и доблесть» (ТРК «Брест»), «Здоровый интерес» («Гомельское городское радио»), «Частный интерес» (ТК «Мозырь»), «Ностальгия» (Радио «Ранак» Светлогорск), «Творчество души» («Гомель ТВ»), «Надежда на село» (ТРК «Гродно»).

Подобные медианоминации обусловлены самой природой объекта именованного: газета, телерадиопередача, сайт, портал – это текст, «а одной из характерных черт текста является включенная в него тем или иным способом информация о говорящем и адресате, о ситуации общения» [11, с. 5].

**Символическая мотивационная зона.** Лексический состав номинаций СМИ демонстрирует целый ряд символических названий, как правило, метафорических, имеющих «двойное дно»: *Брестская обл.*: газеты «Заря», «Шанс», «Шаг»; *Гродненская*

обл.: газеты «Перамога», «Перспектива», «Польмя», «Праца», «Альянс»; Гомельская обл.: газеты «Авангард», «Светлы шлях», «Новае жыццё».

Например, в названии Брестской областной газеты «Заря» актуализируется метафорическая семантика, несущая положительную коннотацию: *заря* в переносном значении «начало, зарождение чего-либо (обычно радостного, светлого)»; в номинациях «Маяк» (Березовская районная газета, газета Гомельского района), «Маяк Палесся» (Брагинская районная газета) на передний план выдвигается переносное значение слова *маяк* «кто-л. или что-л., указывающие путь к чему-л., являющиеся символом чего-л. передового, прогрессивного»). В названии цикла передач «Есть ТОЛК! / Есть talk!» (ТРК «Гродно») прослеживается межъязыковая омонимия, создающая игровой эффект: слово *толк* в русском языке означает «смысл, разумное содержание», в английском – *talk* «разговор, беседа, общение», т. е. возникает смысловая контаминация «разумный/толковый разговор».

Нередко символические медианоминии – это рефлексии названий-советизмов, воплощающих идеологический агитационный пафос советского периода в истории Беларуси; их «жизнестойкость» – своего рода дань прошлому и стремление сохранить постоянную читательскую аудиторию. К символизму тяготеют и отдельные тематические номинации, например, названия, отражающие религиозную тематику: «Свет православия», «Святые христианства», «Свет веры», «Радасць Евангелля».

**Комплексная мотивационная зона.** Распространенным в номинативной практике СМИ Беларуси является пересечение мотивационных зон и сочетание мотивационных признаков, являющихся, с точки зрения номинаторов, наиболее значимыми. Такой возможностью чаще обладают поликомпонентные номинации. Например, в названиях периодических печатных СМИ часто комбинируются локативная и медийная инфор-

мационные зоны («Ашмянскі веснік», «Бераставіцкая газета», «Воранаўская газета», «Кобрынскі веснік», «Ляхавіцкі веснік», «Пінскі веснік», «Лунінецкія навіны»; «Петрыкаўскія навіны», «Светлагорскія навіны», «Хойніцкія навіны»); локативная и метареферентная зоны («Вот моя деревня», «Наши в городе»); целевая и темпоральная зоны («Детский час», «Сказки на ночь»); тематическая и локативная зоны («Берасцейская скарбніца», «Палеская скарбонка», «Русские традиции», «Улицы и достопримечательности Гомеля», «Освобожденные. Гродно 2016»). В меньшей степени отмечается комплексная номинация тематической и целевой мотивационных зон.

В номинациях государственных, общественно-политических периодических изданий преобладают локативные, темпоральные, информационные, символические мотивационные признаки. В номинациях телерадиопередач – тематические, локативные, метареферентные, целевые мотивемы.

### Заключение

Согласимся с мнением Т. В. Шмелевой, которая приходит к выводу, что «ономастикон регионального медиаполя бытует в пространстве и времени, обнаруживая при этом связи – горизонтальные (в составе регионального ономастикона) и вертикальные (в составе медиаономастикона) [8, с. 42].

Гемеронимное пространство трех исследованных регионов Беларуси в ономастическом аспекте представлено восемью мотивационными зонами: локативной, темпоральной, медийной (информационной), целевой, метареферентной, тематической (содержательной), символической – и их комбинацией (комплексная мотивационная зона). Внутри каждой зоны выделяется целый набор мотивационных признаков, положенных в основу номинации имен собственных. Значительная часть гемеронимов характеризуется региональностью – стремлением закрепить в названии место нахождения/регистрации медиаоргана.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крюкова, И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности / И. В. Крюкова. – Волгоград : Перемена, 2004.
2. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская ; отв. ред. А. В. Суперанская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Наука, 1988.

3. Переход, О. Б. Гемеронимия в ономастическом пространстве Беларуси: структурная специфика / О. Б. Переход // Вестн. Брэсц. ун-та. Сер. 3, Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія. – 2021. – № 2. – С. 77–86.
4. Федосова, О. И. Лингвистический статус гемеронима (на материале российских и британских названий СМИ) / О. И. Федосова // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. – 2010. – № 5. – С. 76–80.
5. Кравец, Т. И. Название газеты: ономастиологический и стилистический аспекты : автореф. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Т. И. Кравец ; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2002. – 24 с.
6. Голомидова, М. В. Образ адресата в названиях периодических изданий / М. В. Голомидова, В. А. Мясникова // Вопр. ономастики. – 2014. – № 2 (17). – С. 112–119.
7. Федотова, Т. В. Ономастическая номинация в медиасфере Кубани / Т. В. Федотова // Вестн. Курган. гос. ун-та. – 2019. – № 2 (53). – С. 47–52.
8. Шмелева, Т. В. Ономастикон новгородского медиаполя / Т. В. Шмелева // Вестн. Новгород. гос. ун-та. – 2013. – Т. 1, № 73. – С. 42–52.
9. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека [Электронный ресурс] / Н. Д. Арутюнова. – Режим доступа: [https://gendocs.ru/v23187/арутюнова\\_н.д.\\_язык\\_и\\_мир\\_человека?page=30](https://gendocs.ru/v23187/арутюнова_н.д._язык_и_мир_человека?page=30). – Дата доступа: 23.05.2021.
10. Крюкова, И. В. Прагматика онима: направления исследований и методика анализа [Электронный ресурс] / И. В. Крюкова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmatika-onima-napravleniya-issledovaniy-i-metodika-analiza/viewer>. – Дата доступа: 23.05.2021.
11. Майданова, Л. М. Целостность и связность газетного текста : учеб. пособие / Л. М. Майданова, С. И. Сметанина. – Свердловск : УрГУ, 1984. – 89 с.

## REFERENCES

1. Kriukova, I. V. Rieklamnoje imia: ot izobrietienija do priedientnosti / I. V. Kriukova. – Volgograd : Pieriemiena, 2004.
2. Podol'skaja, N. V. Slovar' russkoj onomastichieskoj tierminologii / N. V. Podol'skaja ; otv. ried. A. V. Supieranskaja. – 2-e izd., pierierab. i dop. – M. : Nauka, 1988.
3. Pieriekhod, O. B. Giemieronimija v onomastichieskom prostranstvie Bielarusi: strukturnaja specifika / O. B. Pieriekhod // Viesn. Bresc. un-ta. Sier. 3, Filalohija. Piedahohika. Psikhalohija. – 2021. – № 2. – S. 77–86.
4. Fiedosova, O. I. Lingvistichieskij status giemieronima (na matierialie rossijskikh i britanskikh nazvanij SMI) / O. I. Fiedosova // Izv. Volgogr. gos. pied. un-ta. – 2010. – № 5. – S. 76–80.
5. Kraviec, T. I. Nazvanije gaziety: onomasiologichieskij i stilistichieskij aspiekty : avtorief. ... kand. filol. nauk : 10.02.01 / T. I. Kraviec ; Ural. gos. un-t im. A. M. Gor'kogo. – Jekatierinburg, 2002. – 24 s.
6. Golomidova, M. V. Obraz adriesata v nazvanijakh pieriodichieskikh izdanij / M. V. Golomidova, V. A. Miasnikova // Vopr. onomastiki. – 2014. – № 2 (17). – S. 112–119.
7. Fiedotova, T. V. Onomastichieskaja nominacija v miediasfierie Kubani / T. V. Fiedotova // Viestn. Kurgan. gos. un-ta. – 2019. – № 2 (53). – S. 47–52.
8. Shmieliova, T. V. Onomastikon novgorodskogo miediapolia / T. V. Shmieliova // Viestn. Novgorod. gos. un-ta. – 2013. – Т. 1, № 73. – S. 42–52.
9. Arutiunova, N. D. Jazyk i mir chielovieka [Elektronnyj resurs] / N. D. Arutiunova. – Riezhim dostupa: [https://gendocs.ru/v23187/arutyunova\\_n.d.\\_yazyk\\_i\\_mir\\_cheloveka?page=30](https://gendocs.ru/v23187/arutyunova_n.d._yazyk_i_mir_cheloveka?page=30). – Data dostupa: 23.05.2021.
10. Kriukova, I. V. Pragmatika onima: napravlienija issliedovaniy i mietodika analiza [Elektronnyj riesurs] / I. V. Kriukova. – Riezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmatika-onima-napravleniya-issledovaniy-i-metodika-analiza/viewer>. – Data dostupa: 23.05.2021.
11. Majdanova, L. M. Celostnost' i sviaznost' gaziетnogo tieksta : uchieb. posobie / L. M. Majdanova, S. I. Smietanina. – Svierdlovsk : UrGU, 1984. – 89 s.