

Средства и принципы номинации в названиях детских и юношеских изданий СМИ по УрФО

Подготовила:

Научный руководитель:

Цель исследования заключается в создании типологии названий детских и молодежных средств массовой информации на примере УрФО.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач, а именно:

1. Изучить литературу, посвященную проблематике данного исследования.
2. Определить специфику номинации; ее основные принципы, мотивационные признаки.
3. Исследовать детские и молодежные СМИ в Уральском Федеральном округе далее по тексту -УрФО, формируя полученные данные по следующим регионам: Курганская область, Свердловская область, Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ, Челябинская область, Ямало-Ненецкий автономный округ.
4. Изучить и проанализировать электронные и печатные СМИ для подростков и молодежи с целью выявить типологические характеристики.
5. Провести анализ названий детских и молодежных средств массовой информации.
6. Классифицировать детские и молодежные СМИ УрФО по принципам номинации.

Номинация - процесс создания, закрепления и распределения наименования за разными фрагментами действительности, так и значимую языковую единицу, образованную в процессе называния.



Общие принципы процесса наименования:

- познавательность;
- реальность;
- связность ;
- идеальность;
- деятельность
- индивидуальность

Важной частью теоретического аппарата ономасиологии являются понятия ономасиологической категории и ономасиологической структуры номинативной единицы, разработанные полнее всего в словообразовании и позволяющие описывать акт номинации словообразовательного порядка как состоящий в подведении обозначаемого под определённую ономасиологическую категорию (предметности, процессуальности или признаковости и их разновидностей) и потому связанный прежде всего с оформлением ономасиологического базиса будущего наименования.

Главной проблемой номинации является «изучение средств и способов называния отдельных элементов действительности». А для этого, как нам представляется, необходимо выявить, прежде всего отношения, существующие в аналогичных словах

Принимая во внимание лингвистические и экстралингвистические характеристики имен собственных, исследовательница ,А. В. Суперанская, выделяет следующие типы классификаций:

1. Классификация имен в связи с именуемыми объектами:
2. Естественно возникшие и искусственно созданные имена.
3. Классификация по линии "микро — макро".
4. Структурная классификация имен.
5. Классификация имен в хронологии.
6. Классификация в связи с объемом закрепленных в них понятий.
7. Эстетическая и стилистическая классификация.

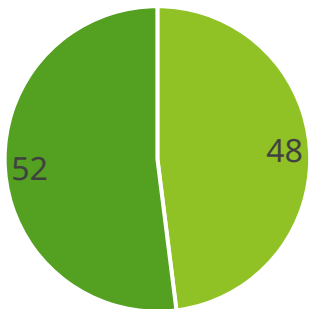
*По мнению другой ученой, Н. В. Подольской, в одном из словарей
русской ономастической
терминологии добавившей и расширившей предметно-номинативную классификацию А. В.
Суперанской, ее представление об ономастической картине мира можно представить в
виде следующей схемы:*

- 1) имена космического пространства:
космоним;
астроним;
- 2) имена земного пространства:
топоним;
- 3) имена земного пространства (живая и неживая природа);
- 4) имена живого и неживого пространства (суши, Мировой океан);
- 5) имена сферы человеческой деятельности.

Сравнительная характеристика типологии СМИ в УрФО

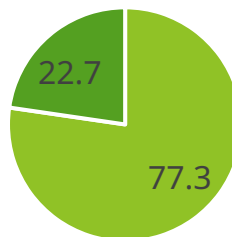
Объект или субъект воздействия

Челябинская область



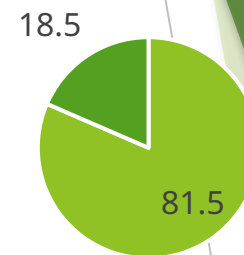
- Издания для детей и молодежи
- Издания, которые издаются молодыми

Свердловская область



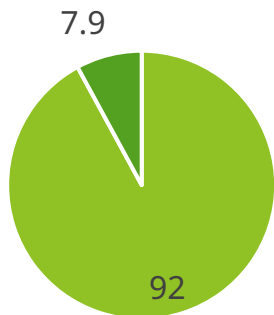
- Издания для детей и молодежи
- Издания, которые издаются молодыми

Тюменская область



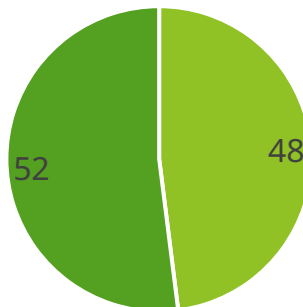
- Издания для детей и молодежи
- Издания, которые издаются молодыми

Ямало-Ненецкий автономный округ



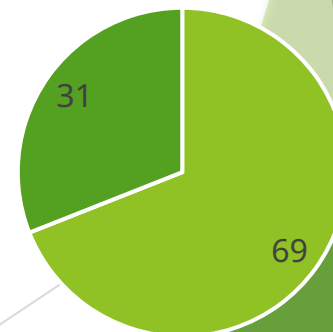
- Издания для детей и молодежи
- Издания, которые издаются молодыми

Курганская область



- Издания для детей и молодежи
- Издания, которые издаются молодыми

Ханты-Мансийский автономный округ

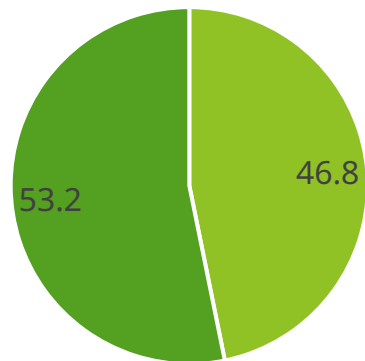


- Издания для детей и молодежи
- Издания, которые издаются молодыми

Сравнительная характеристика типологии СМИ в УрФО

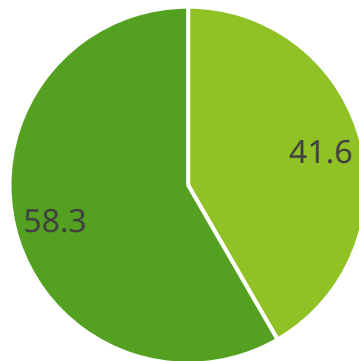
Возрастная категория

Челябинская область



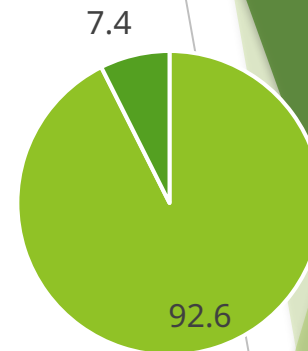
■ для юношества ■ для детей

Свердловская область



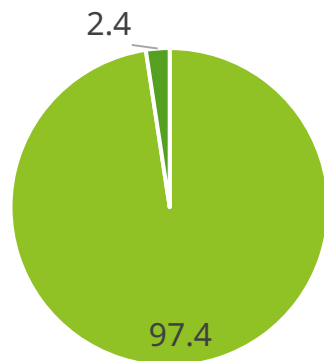
■ для юношества ■ для детей

Тюменская область



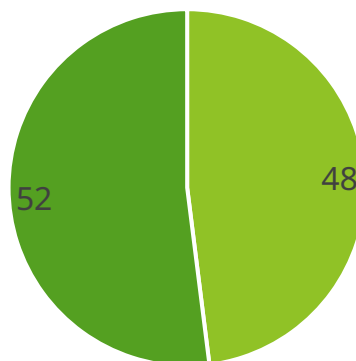
■ для юношества ■ для детей

Ямало-Ненецкий автономный округ



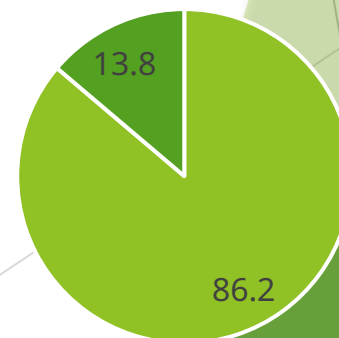
■ для юношества ■ для детей

Курганская область



■ для юношества ■ для детей

Ханты-Мансийский автономный округ

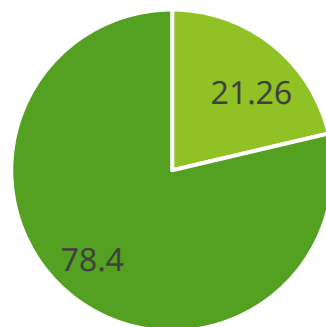


■ для юношества ■ для детей

Сравнительная характеристика типологии СМИ в УрФО

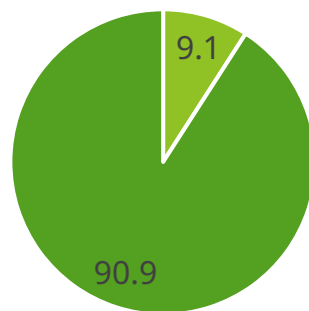
Электронное или печатное СМИ

Челябинская область



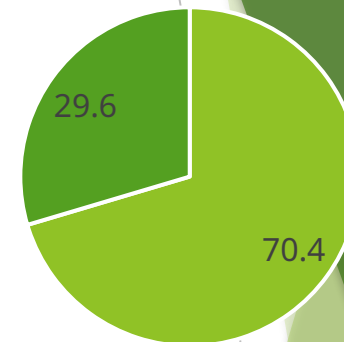
■ электронное ■ печатное

Свердловская область



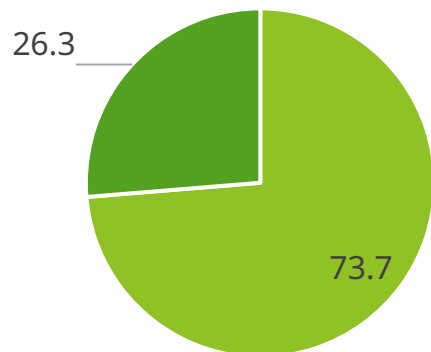
■ электронное ■ печатное

Тюменская область



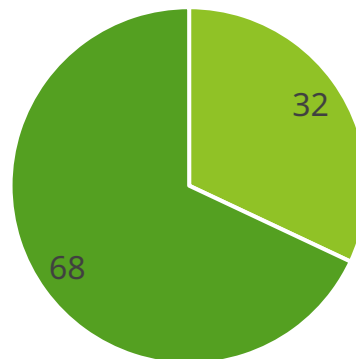
■ электронное ■ печатное

Ямало-Ненецкий автономный округ



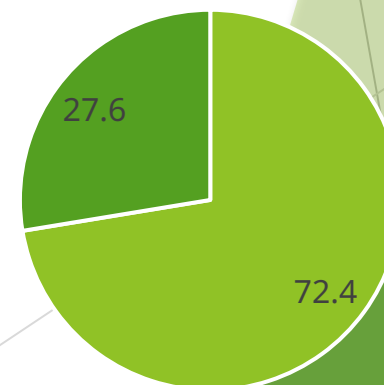
■ электронное ■ печатное

Курганская область



■ электронное ■ печатное

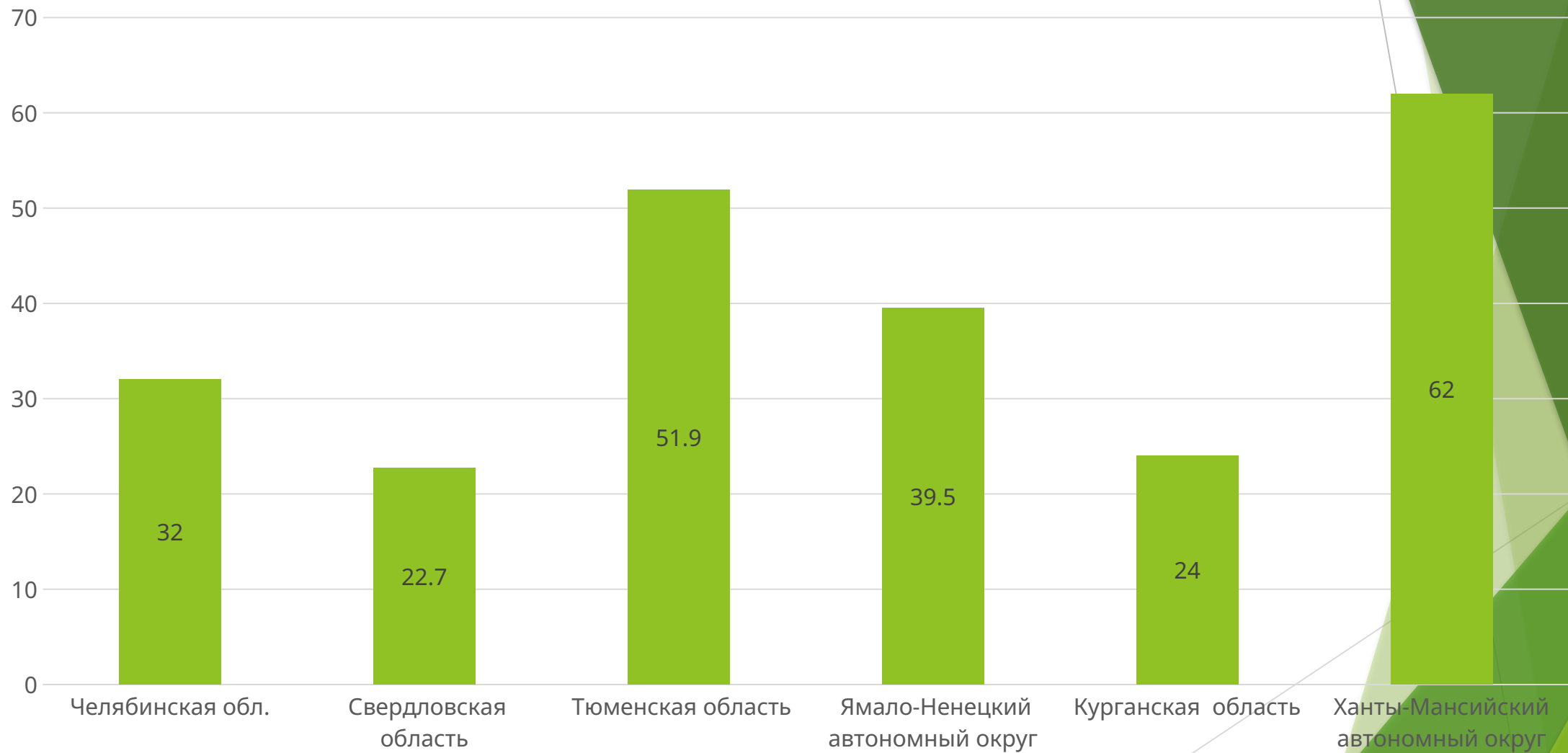
Ханты-Мансийский автономный округ



■ электронное ■ печатное

Сравнительная характеристика типологии СМИ в УрФО

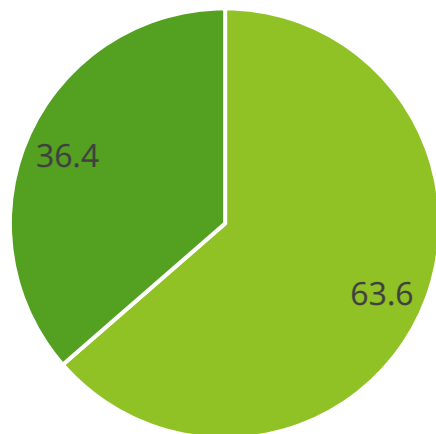
Принадлежность к месту нахождения СМИ



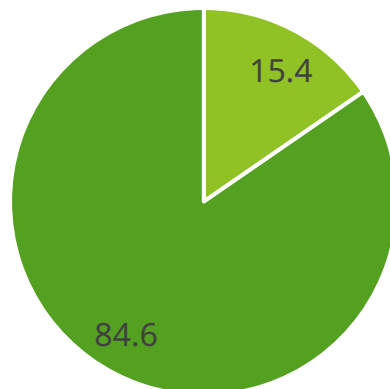
Сравнительная характеристика типологии СМИ в УрФО

Принадлежность размещения в интернете

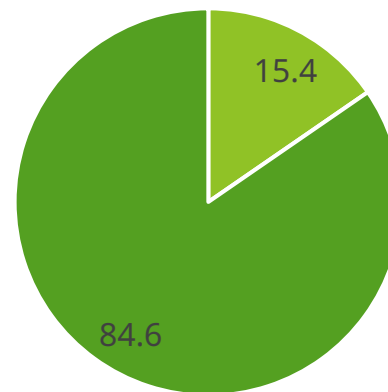
Челябинская область



Свердловская область

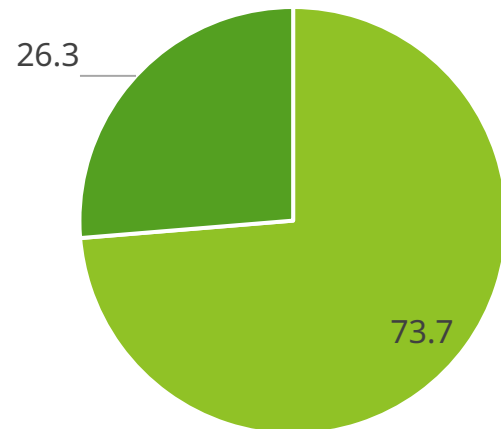


Тюменская область

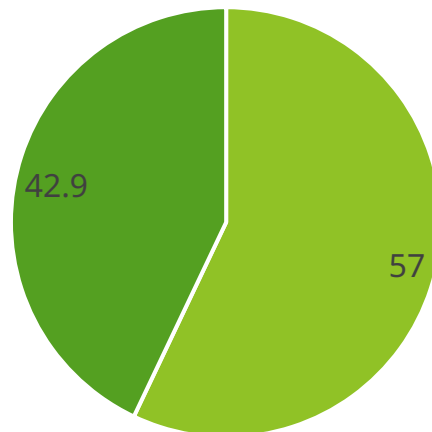


Собственные
сетевые издания
Онлайновые версии
печатных СМИ

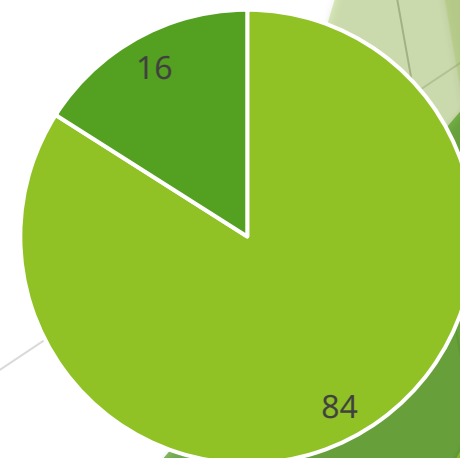
Ямало-Ненецкий автономный округ



Курганская область



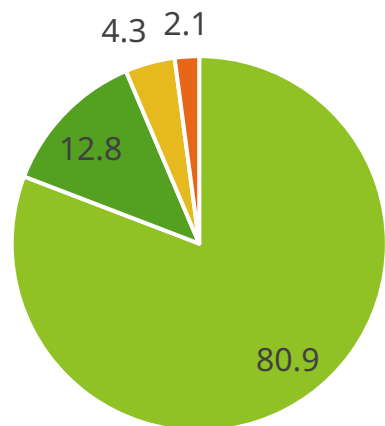
Ханты-Мансийский автономный округ



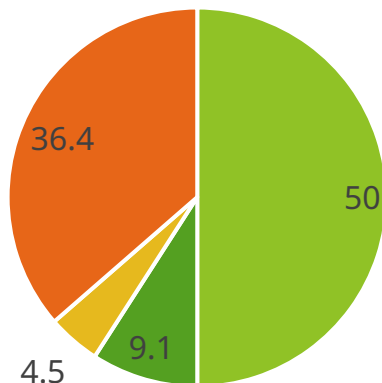
Сравнительная характеристика типологии СМИ в УрФО

Целевое назначение

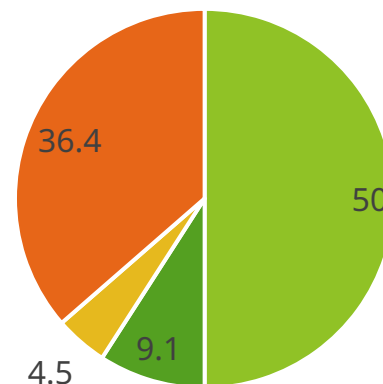
Челябинская область



Свердловская область

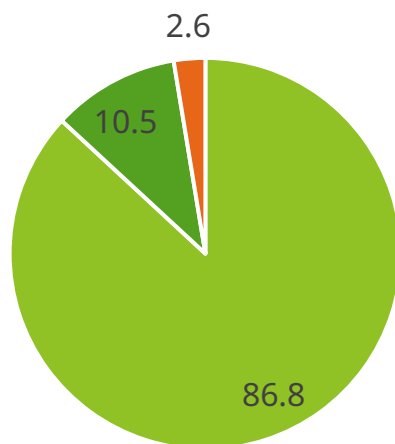


Тюменская область

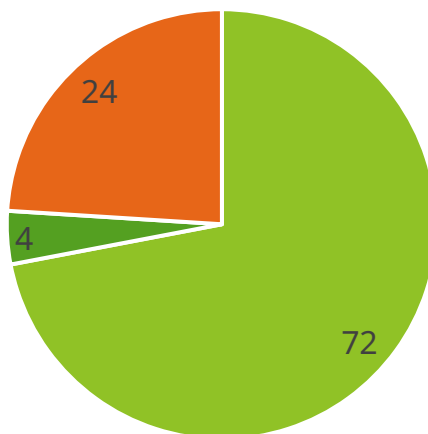


Информ.-публиц.
Издавания, расширяющие
кругозор
Науч.-популярные и уч.-
метод. издания
Худ. и развлекательные
издания

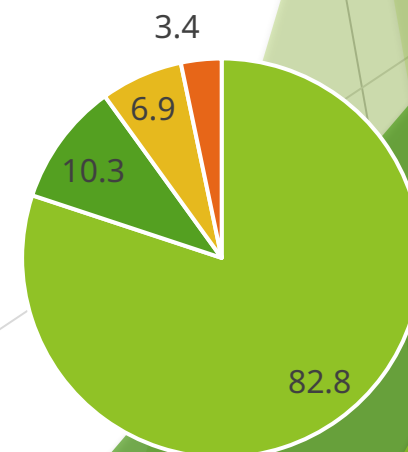
Ямало-Ненецкий автономный округ



Курганская область

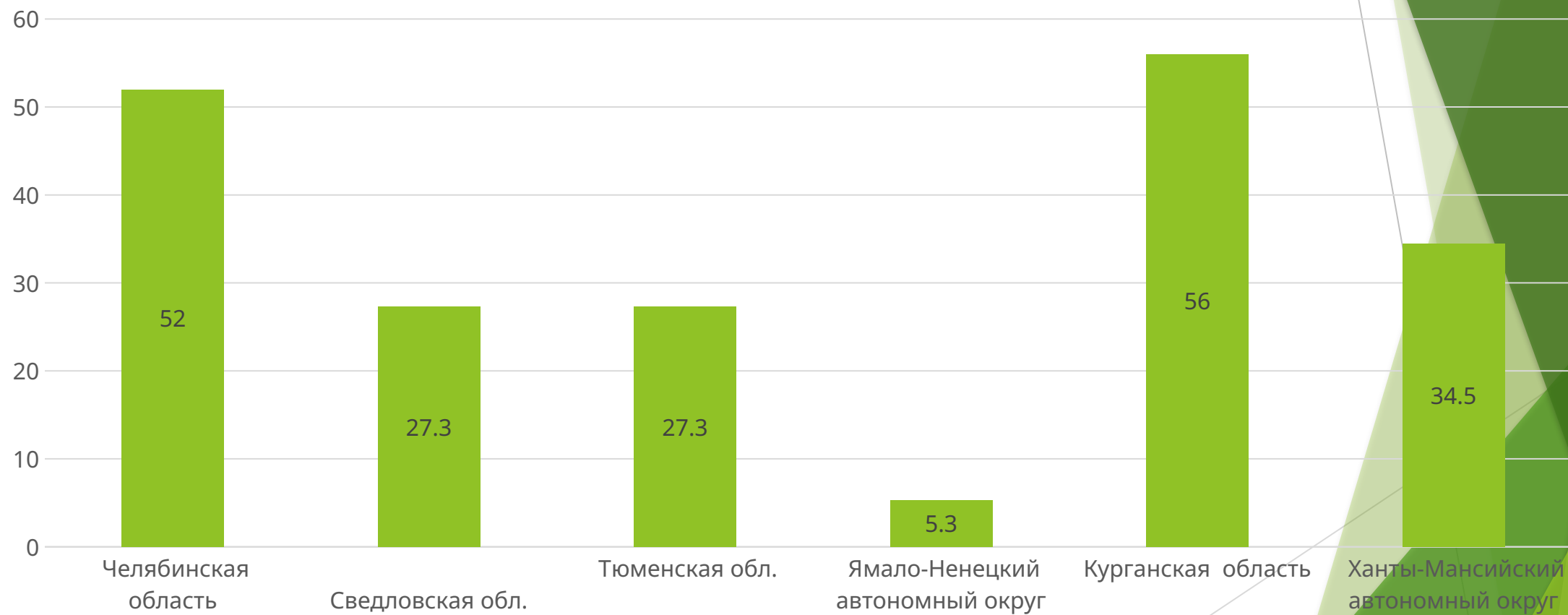


Ханты-Мансийский автономный округ



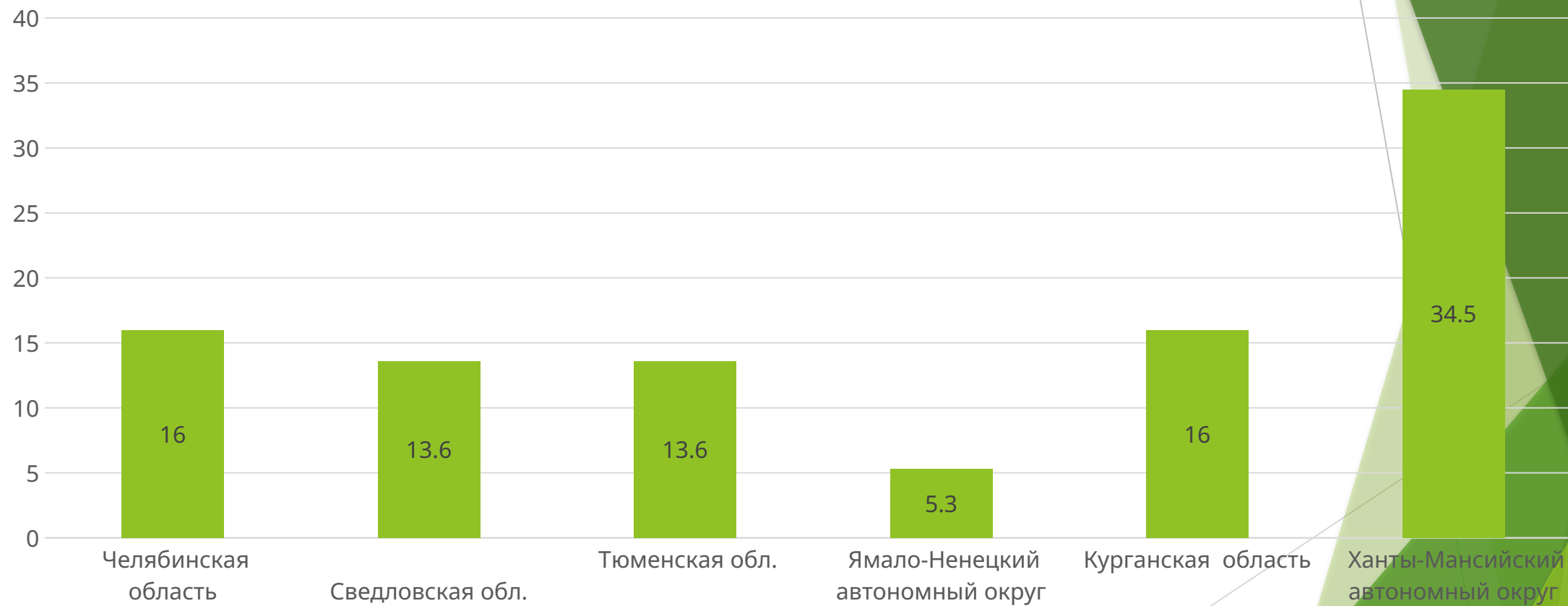
Сравнительная характеристика типологии СМИ в УрФО

Молодежная субкультура



Сравнительная характеристика типологии СМИ в УрФО

Принадлежность к организации



Анализ названий детско-юношеских изданий по лексико-синтаксическому и структурно-семантическому способу

Анализ детско-юношеских изданий по лексико-синтаксическому способу

Лексико-синтаксический способ в ономастике используется для создания названий в форме словосочетаний и предложений. Имя-словосочетание может иметь разную структуру названия, мотивированные номинациями лиц:

- а) отадресантные - «Детки-74» идет прямое указание на возраст + регион = нумеративное словосочетание.
- б) отадресатные - именование по роду деятельности лица:

Структурно-семантический способ

Названия СМИ, созданные при помощи собственно словообразования, позволил выделить следующие принципиально разные процессы образования: композицию, аффиксацию, субстантивацию и номинализацию синтаксических единиц.

«ИнтерMEDIA».

От английского - промежуточный или среди СМИ. Композитные онимы представлены составными наименованиями «ИнтерMEDIA»; большая часть – это образования с первой несклоняемой иноязычной частью: интер.

Контаминация анализируется как переходное явление между сложением и аббревиацией. В данной работе описаны следующие типы аббревиатурных названий:

- 1) инициальный тип: буквенные («СМС» - Самая молодежная страница.
- «Пиф - Просто интересные факты.
- «БУМ»- Будни Усть- Катавской молодежи.

Малопродуктивными способами образования названия являются аффиксация: («Настроешка»), («Шумок»), («Переменка»), субстантивация: газета «Вперёд» и «Вместе», «Наше время», номинализация: «Мама, я живой».

Кузюки- next" .Первая часть обозначает первых коренных жителей Златоуста (то есть мы имеем : антропоним + вторая иноязычная часть- next" в переводе с англ.- следующий.

В результате проведенного исследования нами были сделаны следующие выводы:

- Названия периодики, безусловно, сохраняют основные особенности, выделяющие единицы в системе языка в особый класс слов: они являются идентифицирующими обозначениями единичных объектов, то есть обозначают «класс предметов, состоящий из одного элемента, и не имеют множественного числа в обычном смысле этого слова.
- Как и любой знак в языковой системе, а имя собственное в особенности, подвержено сильному влиянию экстралингвистических факторов: изменению социальных приоритетов, моды, вкуса, то есть изменению общественной ментальности.
- Особенно, очевидно, сходство с онимами двух типов: антропонимами в функциональном и культурологическом аспектах, топонимами с точки зрения мотивации выбора.

Цель - создание типологии названий детских и молодежных средств массовой информации на примере УрФО – достигнута.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!