МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Историко-филологический факультет

Кафедра (название кафедры)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ТЕМА РАБОТЫ (заглавные буквы)

Выполнил студент_____

_____

(ф.и.о. полностью)

академическая группа_____,

направление подготовки _____

очной/заочной формы обучения

_____

(подпись)

«____» _____ 2016 г.

ДОПУЩЕН(А) К ЗАЩИТЕ

Протокол заседания кафедры

от «___» _____ 2016 г. № ____

Зав. кафедрой: уч. степень, И.О.Фамилия

«____»_____2016 г.

Дата защиты: «____» _____2016 г.

Оценка: _____

Челябинск, 2016

Содержание

Введение
1 Глава. Теоретические основы и содержание принципов номинации
1.1История формирования понятия номинация.
1.2Номинация как базовое понятие ономасиологии
1.3Средства мотивации при номинации.
2глава. Анализ названий детско-юношеских названий по УрФО
2.1Анализ названий детско-юношеских изданий регионального значения по словообразовательному способу
2.2Лексико-семантический способ
2.3Структурно-семантический способ
Заключение……..
Список литературы……..

ВВЕДЕНИЕ.

Актуальность настоящей дипломной работы связана, прежде всего с тем, что в условиях все возрастающего интереса к номинативной функции в обществе, при этом остается недостаточное освещение круга проблем, связанных с номинативными процессами. Комплексная характеристика и анализ тенденций этого формирования являются важными задачами современной русской ономастики и в то же время могут стать материалом для исследований в области теории номинации, интерпретационной и когнитивной лингвистики. Исследование находится в рамках антропоцентрического подхода к лингвистическим фактам: с одной стороны, мы учитываем позиции говорящего человека, создающего название и тем самым интерпретирующего с помощью языка действительность; с другой – для нас интересна позиция человека, воспринимающего и осмысляющего уже созданный знак. Анализ этих интерпретаций позволяет провести наблюдение над названиями прессы как динамичным явлением. Актуальность данной темы заключается и в том, что названия имеют высокую степень воспроизводимости в современном коммуникативном процессе: войдя в сознание носителя языка, они участвуют в формировании его картины мира. В связи с этим важно исследование когнитивных возможностей данной подсистемы имен собственных, специфики семантико-структурных свойств ее составляющих. В современном отечественном языкознании представлены два аспекта изучения номинативного процесса: номинация как конкретное соотнесение с данным референтом и номинация как создание новых наименований. Во втором случае язык выступает в качестве материала, из которого создается новый факт номинативного языкового богатства.

Комплексное изучение названий прессы особо значимо для современного лингвиста-семасиолога: оно дает возможность расширить представление о содержательной разнородности словесного знака, его специфике в пограничной зоне между собственными и нарицательными именами предметов и явлений.

Степень научной разработанности проблемы. Необходимо отметить ,что проблема типологизации названий детских и подростковых СМИ является одной из наименее разработанной в отечественной журналистике.

Объектом исследования являются современные названия периодической прессы. Выбор уральских названий прессы обусловлен следующими факторами: номинаторы и реципиенты современных названий доступны для психо- и социолингвистических исследований; УрФо является крупным административным, культурным, экономическим и транспортным центром, поэтому выводы, сделанные на основе этого материала, могут быть экстраполированы на систему в целом.

В настоящем исследовании структурно-семантическому анализу подвергались более названий периодической прессы.

Предметом исследования являются структурно-семантические и коммуникативно-прагматические особенности современных названий детско-юношеской прессы: принципы номинации, виды интерпретации названий.

Материалом для исследования послужили современные названия детско-юношеской прессы на территории УрФО.

Картотека, собранная автором в ходе исследования путём прямой выборки названий с последующим дополнением по письменным источникам). Всего проанализировано и исследовано более названий периодической прессы.

Цель исследования заключается в выявлении и анализе деривационно-функционального потенциала периодических изданий.

Указанная цель реализуется решением следующих задач:

1. Исследовать литературу по теме, ознакомиться с доступными научными работами.
2. Собрать и систематизировать сведения о названиях детско-юношеской прессы.
3. Определить специфику номинации; ее основные принципы, мотивационные признаки
4. Выявить особенности лексико-семантической и словообразовательной деривации.
5. Выявить типы номинаций на примере газетных изданий.
6. Выделить структурно-семантические модели.

Методы исследования: описание, наблюдение, опрос Исходным является описательный метод, который включает в себя сбор, каталогизацию, систематизацию материала, позволяет выделить его типы, виды с точки зрения семемного и словообразовательного анализа введен новый фактический материал (названия областных периодических названий), систематизированный в виде структурно-семантической классификации.

Практическая значимость работы. Выявленные в данной работе семантические и словообразовательные возможности формирования областных названий прессы позволяют соотнести (и тем самым уточнить) существующие научные данные об указанной сфере ономастического пространства языка.

Новизна исследования: впервые исследуется такой класс номинативных единиц, как периодическое издание.

Положения, выносимые на защиту: выявление , в какой степени влияет ли формат на содержание.

Научно-практическая значимость работы.

Теоретико-методологической основой выпускной квалификационной работы являются труды Валеева Г.К, , Горбаневского М.В Никонова В.А., Пановой А.А.,. Подольской Н.В ,Серебренникова Б.А., ,А. В.. Суперанской, , О.И. Фоняковой ,Шкатовой Л.А., Тимофеева В.П., Д.А. Яловец- Коноваловой.

Структура дипломной работы: дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка, приложения. В первой главе рассматриваются основные теоретические положения, касающиеся формирования понятия номинации, принципов средства и способы мотивации имен собственных в лексике.

Во второй главе рассматриваются типологии СМИ УрФО, выявляются особенности деривации имен собственных в номинативном аспекте. В заключение подводятся итоги исследования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.

Во введении определяются объект, предмет, актуальность и новизна исследования, источники фактического материала, раскрывается ее теоретическая и практическая значимость, описывается структура. В первой главе «Теоретические основы и содержание принципов номинации» рассматривается понятие «номинация, ее структура и принципы», определяется место в ономастическом пространстве русского языка, определяется круг основных проблем, связанных с данным пластом ономастической лексики. В параграфе «Имя собственное» приводятся различные вида онимов. Данная единица изучается в условиях триединства: подразряда имени собственного, времени (современный этап) и территории (Челябинская область).Во второй главе проводится анализ названий детско-юношеских изданий по лексико-синтаксическому и структурно-семантическому способу. В заключение подводятся итоги.

Имя собственное позволяет отличать отдельный единичный предмет (явление, событие) от множества подобных ему. В этом его главная функция. Поэтому-то собственные имена, с точки зрения грамматики являющиеся существительными, противопоставляются в русском языке.(как и в других языковых системах) пласту имен существительных нарицательных, которые имеют иную сущность, представляют собой обобщенное название однородных предметов.

Собственные имена привлекали внимание учёных с давних пор. Историю их возникновения, значения и смысл, связь с историей общества, с мировоззрением и верованиями людей, с окружающей природой, а также метаморфозы, происходившие с ними на протяжении разных эпох, изучали и изучают представители самых разных научных дисциплин – истории, географии, литературоведения, этнографии, психологии. Но в первую очередь имена собственные становятся объектом пристального внимания лингвистов, языковедов. Почему? Ответ прост: любое имя собственное (вне зависимости от того, к какому объекту живой природы оно относится – к человеку, животному, озеру, поселку, ущелью, книге, океанскому лайнеру и т. п.) – это слово, и как слово оно входит в систему языка, образуется по законам языка, по определённым законам реализуется в речи и подвергается возможным изменениям в дальнейшем.

В русском языке живёт огромное количество собственных имён. Учёные давно пришли к выводу о необходимости их группировки по каким-то разновидностям для облегчения их исследований, изучения. Традиционно в ономастике выделяются подгруппы слово названий в зависимости от типа того объекта, к которому они относятся. При этом есть подгруппы более многочисленные, есть и менее.(Горбаневский).

Слово только оно является важнейшим средством содержания и только в нем концентрируется и через него передается поэтическая энергия произведения. Тимофеев В.П.Избранные статьи.- Шадринск: ШГПИ,2004.-С.13.

Любое имя – знак социальный, отражающий умонастроения людей, их привычки, вкусы, идеалы, т.е менталитет. Яловец-Коновалова Д.А.Названия коммерческих предприятий.

1.1.История формирования понятия «номинация».

В данной главе решаются следующие задачи: исследовать литературу по теме, ознакомиться с доступными научными работами, определить специфику номинации, ее принципы и способы.

Теория номинации связана, прежде всего, с выяснением того, как соотносятся между собой понятийные формы мышления, каким образом создаются, закрепляются и распределяются наименования за разными фрагментами объективной реальности.

Наименование долгое время изучалось на уровне парадигматических отношений. В философском периоде античные мыслители встали на материалистическую точку зрения в понимании механизма номинации, признав в ней сложное многообразие соотношений между словом, вещью и понятием (Аристотель, Гераклит, Демокрит, Платон, Августин). В период признания ономасиологического и семасиологического аспектов рассмотрения наименования особое место занимает признание условной грани между понятиями "значения" и "обозначения" при отсутствии целостного системного описания слов-[Ж.А.Вардзелашвили К вопросу о толковании термина «номинация» в лингвистических исследованиях -Славистика в Грузии.- ТГУ-. Вып. 1-. Тбилиси, 2000.-С. 62-68]

Во-первых, одно и то же название - номинация - обозначает как процесс создания, закрепления и распределения наименования за разными фрагментами действительности, так и значимую языковую единицу, образованную в процессе называния.

Во-вторых, у разных исследователей часто не совпадает содержание терминов "первичная" и "вторичная" номинация.

Так, ученые Т.В.Булыгина, В.Г.Гак, А.А.Уфимцева под первичной номинацией понимают языковое означивание посредством слов и словосочетаний, а под вторичной - языковое означивание при помощи предложений. При этом разграничение двух разных видов языкового означивания - как слов и словосочетаний, с одной стороны (первичная номинация), и предложений, с другой (вторичная номинация), нашло свое выражение у этих исследователей в бинарных противопоставлениях:

1) как два вида знаков - номинативные и предикативные, знаки-наименования и знаки- сообщения частичные и полные знаки

2) как два вида семиологических значимостей - значение и смысл. номинативная и синтагматическая ценность знака ;

3) как два принципа означивания системных средств - семиологический и семантический .-[Там же.]

Разрабатывая лингвистическую интерпретацию коммуникативного подхода к слову, Н.Д.Арутюнова отмечает, что если отношения простейшего вида номинации соединяет объект и его имя, то при предикативном употреблении знака имеет место изменение направленности мыслительного процесса - от объекта к его признаку, что приводит к преобразованию отношения наименования в отношении характеризации или собственно предикации.

Итак, вторичная окказиональная номинация словом всегда связана, по нашим наблюдениям, с изменением денотативной соотнесенности лексико-семантического варианта и формированием под влиянием контекста окказионального референта (предмет обозначение, соотносящийся со словом в его конкретном речевом употреблении).Через этот референт осуществляется окказиональная соотнесенность лексико-семантического варианта (ЛСВ) с квалификативной сферой чувственно-образного представления действительности, в результате чего актуализируемая единица начинает характеризоваться двойной и одновременной соотнесенностью с предметом первичного и вторичного означивания.-[Серебренников Б.А. Языковая номинация (Виды наименований).- М.:Наука,1977.-С.102.]

На современном этапе развития русского языка возникновение и функционирование лексических единиц предопределено в первую очередь потребностями общения. Это явление тесно связано с процессами номинации, то есть с процессами называния того или иного объекта, явления, свойства. Термин «принцип номинации» появляется в ономасиологических работах, анализирующих закономерности называния разнообразных явлений в различных группах лексики. Затем складывается понятие типа мотивировочных признаков в плане их содержания, выделяемого в тематической группе слов и характеризующего отдельные стороны выражаемого этой группой класса предметов. [Вопросы топономастики. (Ученые записки №49.-(Серия филологическая.-Вып.№3). –Свердловск: Уральский государственный университет им. А.М. Горького. 1967 -82 с].

Слова, объединенные тематически, обозначают совокупность однородных предметов, все признаки которых, в том числе и мотивировочные, обладают поэтому качественной однoплановостью.

Это приводит к тому, что в каждой тематической группе названий образуется специфически ограниченный набор принципов номинации, отражающих повторяющиеся, устойчивые, типичные признаки для членов данной группы.

Полное лингвистическое описание лексических единиц языка невозможно без обращения к теории номинации, к настоящему времени сложившейся в

языкознании. Прежде всего, теория номинации связана с выяснением того, как соотносятся между собой понятийные формы мышления, каким образом создаются, закрепляются и распределяются наименования за разными фрагментами объективной реальности.

Номинация – это «образование языковых единиц, характеризующихся номинативной функцией, т.е. служащих для называния и вычленения фрагментов неязыковой действительности и формирования соответствующих понятий о них в форме значения языковых единиц – слов, сочетаний слов, фразеологизмов и предложений» -[Земская Е.А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения. - М.: Русский язык, 1979. — 240 с.]Номинация как процесс представляет собой исключительно сложное многоаспектное явление, включающее все, что связано с началом этого процесса и его концом, от предпосылок именования и до реализации его в языке. Использование принципов номинации, способов номинации в рамках словообразовательной номинации приводит к единому результату – возникновению мотивированных единиц.

Мотивированность – одно из основных, важнейших слагаемых в акте номинации. Многие исследователи, начиная с В. Гумбольдта, обращали внимание на способность языка осуществлять номинацию с помощью ограниченных средств. Фактор мотивированности и обеспечивает возможность и способность языка обозначить «беспредельную конкретность опыта» человеческого общества. Достигается это в пределах словообразовательной номинации посредством различных комбинаций всех компонентов номинации: принципов номинации, способов номинации.

Способ номинации является приемом осуществления реализации принципа номинации, представленного мотивировочным признаком. Таким образом, способ номинации и принцип номинации соотносятся между собой как форма и содержание. Способ номинации может быть прямым, когда мотивировочный признак выражен непосредственно, то есть основой, корневой морфемой слова, его обозначающего. [Способы номинации в русском языке.-М.1982,16С.]

Понятие о предмете, существующее в человеческом сознании и ассоциирование с конкретным свойством данного предмета, должно найти материальное выражение в языке. В основном мотивировочный признак не является случайным, а отражает характерные свойства самой реалии. Выявлению основы помогает знание признаков и свойств самого предмета. Не всегда можно с уверенностью выделить мотивировочный признак даже при кажущейся прозрачности смыслового содержания слов.

Принцип номинации – это исходное положение, правило, которое формируется на основе обобщения мотивировочных признаков и одновременно служит отправной базой для новых именований. Для построения высказываний, в которых говорящий передает своему собеседнику или собеседникам ту или иную мысль, сообщает какую-то информацию, необходим строительный материал. Номинация, в результате которой осуществляется создание этого строительного материала и тем самым создается система материальных, чувственно воспринимаемых языковых знаков, призванных ответить на нужды языкового коллектива в обозначениях отдельных предметов и классов предметов, их свойств и отношений, а также фактов, ситуаций, - чрезвычайно сложный процесс. Он характеризуется разнообразием форм, способов, функций.

В пределах общей категории номинации в зависимости от используемых языковых форм - слов, словосочетаний или предложений выделяют:

а) номинацию через слово и словосочетание (лексическая номинация),

б) номинацию через предложение (пропозитивная номинация),

в) номинацию через текст (дискурсивная номинация).

Таким образом, процесс наименования основывается на некоторых общих принципах.

Таблица 1

Общие принципы процесса наименования

познавательность	символ передает знание
реальность	имя объективно, то есть актуально здесь и сейчас
связность	имя придает смысл и порядок жизни

идеальность	имя есть символ, связывающий нас с чем-то высшим и благим		
деятельность	познавание означает действие		
индивидуальность	Имя несет		

	характерный признак		

1.2.Номинация как базовое понятие ономасиологии.

Функция языка - наименование, обозначение предметов и явлений действительности. Лексикон того или иного естественного языка (русского, французского и т.д.) составляют прежде всего названия вещей, в широком значении слова "вещь", восходящем к латинской оппозиции res / verba. Для обозначения этой функции в лингвистике используются разные термины: номинативная (А.А. Реформатский); репрезентативная (К. Бюлер) референтивная (денотативная, или когнитивная) (Р. Якобсон).

Номинативная функция языка (мы будем употреблять первый термин, так как она не является единственной и изучается в лингвистике в сопоставлении с другими его функциями, в частности с экспрессивной, т.е. выражением "эмоционального состояния говорящего, воли, желания, направленных как призыв к слушающему" [.Реформатский А.А. Введение в языкознание.-М.: Аспект- Пресс,1988.-536 С.

Слова номинативный, номинация - однокоренные. Термин "номинация" (от лат nominatio - наименование) имеет очень широкое значение. Приведем одно из определений номинации: "образование языковых единиц, характеризующихся номинативной функцией, т.е. служащих для называния и вычленения фрагментов неязыковой действительности и формирования соответствующих понятий о них в форме значений языковых единиц - слов, сочетаний слов, фразеологизмов и предложений. Этим термином определяют и результат процесса номинации - значимую языковую единицу" [Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность.-М.: 1987.-264с.] Как видим, с номинацией связывается обозначение и вещей, и понятий о них.

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.-[Шкатова Л.А.Развитие ономасиологических структур.-Иркутск: изд-во Иркутского университета,1984.-С.5.]

Процессы номинации связаны с коммуникативным предназначением языка, на нее воздействуют и прагматические факторы, отражающие отношение именующего к тому, что им обозначается, или к условиям речи. Номинация совершается в речевой деятельности, а ее результаты осваиваются системой

языка[.Реформатский А.А. Введение в языкознание.-М.: Аспект- Пресс,1988.-536 С.

В зависимости от характера объекта (обозначаемого) различают событийные и элементные номинации.[Гак В.Г. Языковые преобразования. -М.: Языки русской культуры,1998.-С.61].

Первые обозначают внеязыковые события (ситуации) и имеют форму предложения; вторые, обозначая «кусочки» действительности, ее элемент, служат строительным материалом для предложения и имеют форму слов, сочетаний слов и фразеологизмов различных типов. Среди элементных номинаций наиболее четко выделяются «вещные» имена существительные: нарицательные и вещественные: дерево, дом, вода, песок. Они указывают своим содержанием на элементы предметного ряда. Именам предметов противостоят признаковые имена, обозначающие свойства предметов - отвлеченные от них качества, состояния, процессы, а также абстрактные понятия о несубстанциональных элементах действительности, выражаемыми прилагательными, глаголами и наречиями (красный, сидеть, думать, доброта, характер). Эти имена относятся со своими обозначаемыми через указание на класс носителей признаков и приспособлены к функции предикации признака.

Промежуточное положение между этими типами занимают имена, обозначающие лица по роду их занятий, родству, и опредмеченные имена процессов, в которых понятия об их признаках подводятся под категорию предметности (сапожник – «тот, кто шьет или чинит обувь», хитрец - «тот, кто хитрит», дружба - «близкие отношения»).

Наибольшая степень абстрагирования от действительности присуща номинации, обозначающей отношение,- служебным словам, предлогам, союзам.

При рассмотрении номинации в историческом аспекте различают изначальные первообразные (или осознаваемые в современном языке как непроизводные) и производные (смысловые и словообразовательные) номинации. У номинаций, сформировавшихся за счет переосмысления уже готовых языковых единиц, имя выступает во вторичной для него функции. Способы переосмысления имеют логическую форму тропов или характеризуются расширением либо сужением объекта понятия: ручка (для письма) - метафора; класс (об учениках)- метонимия; движение (как форма существования материи)- расширение; движение (транспорта)- сужение. Переосмысленное значение выступает в роли внутренней формы новой номинации; эта форма может стираться при образовании языковой единицы или частично сохраняется, передавая некоторые компоненты

предшествующего значения в сформировавшееся, способствуя осознанию номинативной преемственности многозначных слов. В зависимости от сохранения или утраты внутренней формы различают мотивированные или немотивированные значения слов.

По характеру соотнесения с действительностью различают автономные и неавтономные номинации. Автономные номинации непосредственно указывают на обозначаемое и, обладая в силу этого самостоятельной номинативной функцией, имеют свободные значения. Неавтономные номинации соотносятся с обозначаемым косвенно - только при совместной реализации с другими, спорными для них номинациями, они не обладают самостоятельной номинативной функцией, а их значения выступают как связанные /ср.: тяжелый - о весе и тяжелый характер, приходить куда- либо и приходить в восторг, сын чей- либо и сын степей).

Номинации, соответствующие закономерностям внутреннего развития языка и отвечающие потребностям языкового коллектива в новых номинативных средствах, обычно входят в общеупотребительный словарный запас. За его пределами остаются номинации, создаваемые для нужд специального терминологического обозначения или возникновения в узких социальных языковых коллективах (жаргонные номинации), а также в индивидуальном языковом творчестве.

Анализ номинаций и номинативного аспекта значений языковых единиц проливает свет на закономерности их употребления в процессах коммуникации.

Ономасиология (от греч. onoma- имя и logos- слово, учение)- отрасль семантики, изучающая наименование, использование языковых средств для обозначения внеязыковых объектов. В отличие от семасиологии, отражающей направление от средства выражения к выражаемому значению, ономасиология основывается на движении от обозначаемого предмета к средствам его обозначения, шире - от содержания к форме. Ономасиология зародилась в недрах семасиологии (семантики, ее необходимость предсказывал еще М.М. Покровский в 1885). Ономасиологический подход ярко проявил себя в возникшем в 10- хх гг. 20в. лингвистическом направлении «Слова и вещи» («Worter und sachen»),прежде всего на материале романской диалектологии, исследовавшей способы обозначения того или иного объекта в разных родственных языках и диалектных». В начале 20в.он занял важное место в изучении лексики, тогда же появился сам термин«ономасиология».[Лингвистический энциклопедический словарь. -М.: Советская энциклопедия. Гл. ред. В. Н. Ярцева. 1990.-С.]

Утверждению ономасиологического подхода к языкознанию способствовали теории Ф. де Соссюра об означающем и означаемом, Л. Ельмслева о плане выражения и плане содержания, учения Л.В. Щербы об активной и пассивной грамматике (ономасиология соответствует литературной грамматике). Возникнув в сфере лексикологии, ономасиологический подход был впоследствии применен для изучения способов выражения понятийных категорий, репрезентированных средствами словообразования, грамматически и др. впервые опыт общего описания языка в ономасиологическом плане был осуществлен в книге французского исследователя Ф. Брюно «Мысль и язык» (1922), где сопоставляются разноуровневые средства выражения различных «идей» («пол», «число», «определенность - неопределенность», «лицо», «обстоятельства», «время», «причина».

Работы Бондарко А.В., А.И. Моисеева, Е.С.Кубряковой, Я.Кухажа и др., современных ученых могут служить доказательством продуктивности применения ономасиологического подхода не только к однословныым наименованиям.

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 ономасиологическогобазиса будущего наименования.
Изучение словообразования позволяет поэтому сделать заключение о том,как членится нашим мышлением экстралингвистическая реальность, какими оказываются мотивы обозначения и какие ономасиологические категории получают отражение на словообразовательном,грамматическом или же лексическом уровнях.Обычно именно словообразовательные категории формируют особые поля наименований в языке. Несомненна связь ономасиологических категорий с понятийными категориями (в частности, с выделяемыми в функциональной грамматике) и к огнитивной деятельностью человека. [Лингвистический энциклопедический словарь. -С.]

Не случайно сам М. Докулил, основатель ономасиологических категорий использует в качестве синонимичного термин «понятийные категории». В

свое время на плодотворность различия общих семантических категорий, лежащих в основе всей системы языка, и категорий грамматических («грамматически выраженных понятийных категорий) указывал В.В.Виноградов, ссылаясь на труды О.С.Есперсена и И.И.Мещанинова. При этом понятийные категории он отличает от общих логических и психологических категорий .-[Шкатова Л.А. Ономасиологические проблемы русской терминологии.-Челябинск, 1984.-С.18.]

Мы признаем применительно к слову функцию орудия при образовании понятия,а само формирование понятие сложным процессом, в котором слово играет важную, но не исключительную роль. Для образования понятия необходимо, чтобы, во-первых, его признаки были отделены от других и мыслились как особое содержание, во-вторых, чтобы содержание понятия было удержано в сознании.[Там же.]

В понятии отражаются общие и при том существенные свойства предметов и явлений действительности, в семантической структуре, «бросающийся в глаза признак, который бывает представителем предмета». Однако в акте наименования запечатлевается суждение, отражающее связи предметов и явлений или тех или иных их признаков. Поэтому через простейшее мыслительное действие ономасиологические и психологические категории оказываются диалектически связанными.

Наш подход к терминологии с позиций ономасиологии отличается от теории И.С.Торопцева, признающего объектом ономасиологии «процесс возникновения лексической единицы, которой представляет собой материализацию, закрепление в звуковой оболочке идеального содержания, типичного для идеального содержания лексических единиц».-[Шкатова Л.А. Ономасиологические проблемы русской терминологии.-Челябинск, 1984.-С.19.]

Нам представляются более приемлемыми взгляды на ономасиологию Е.С. Кубряковой, которая воспринимает эту науку как «учение об именах и средствах их выражения» и применительно к однословным наименованиям ставит следующую задачу: «Изучение ономасиологической структуры производных должно осуществляться не только при учете взаимодействия ономасиологического признака в каждой конкретной модели, не только с определением исходных и образуемых понятийных категорий, но и путем анализа тех суждений о предмете, которые легли в основу обозначения.-[Шкатова Л.А. Ономасиологические проблемы русской терминологии.-Челябинск, 1984.-С.20.]

1.3Средства мотивации при номинации.

В ономасиологических и топономастических работах, анализирующих закономерности называния в различных группах лексики, постепенно складывается понятие типа мотивировочных признаков в плане их содержания, выделяемого в тематической группе слов и характеризующего отдельные стороны выражаемого этой группой класса предметов. За этим понятием закрепляется термин принцип (иногда: способ, мотив, разряд) номинации. Слова, объединенные тематически, обозначают совокупность однородных предметов, все признаки которых, в том числе и мотивировочные, обладают поэтому качественной одноплановостью, т.е. способностью противопоставляться и объединяться по их качеству. Это приводит к тому, что в каждой тематической группе названий образуется специфически ограниченный набор принципов номинации, отражающих "повторяющиеся, устойчивые, типичные этимологические признаки для членов данной группы". [Гак В.Г. Языковые преобразования. -М.: Языки русской культуры,1998. -С.61].

Важным условием любой классификации является четкое определение объекта, делимого на классы, т.е. знание общих (родовых) признаков классифицируемых единиц, в данном случае мотивировочных признаков. Мотивировочный признак выступает одним из главных признаков самой реалии, выделяемый как "представитель" всей совокупности ее признаков, способный наиболее ярко охарактеризовать (выделить) данный предмет в ряду ему однородных. Все признаки делятся на основные существенные (сущностные), производные от них и случайные (не обусловленные сущностью). Мотивировочные признаки в обыденных ситуациях выделяются для практического отличения, и поэтому они не должны быть обязательно сущностными, это скорее собственно производные и неотделимые случайные признаки, при этом они не могут быть родовыми, но только видовыми (отличительными). Однако отличительность мотивировочных признаков нельзя абсолютизировать: конкретный материал указывает на ее относительный характер во многих случаях. характеризуют их в логическом аспекте как признаки вообще, и они могут быть положены в основу классификаций, делящих мотивировочные признаки, например, по их существенности-несущественности, по относительности-безотносительности и т.п., но так как в процессе номинации мотивировочные признаки становятся ономасиологическими, а объективируясь во внутренней форме слова, и семасиологическими единицами, для лингвистики может представить значительный интерес связь принципов номинации именно с языковыми факторами. Отсутствие связующих оснований и было, на наш

взгляд, главным недостатком рассматриваемых выше классификаций. Определяющей особенностью сущностной классификации является "установление связи классов данного объекта с какими-либо специфическими для каждого из них факторами". Эта связь (как тенденция, а не закон) может обнаруживаться в отношениях принципов номинации со способами номинации (так, метафорический способ номинации в гораздо большей степени связан с названиями по внешнему виду реалии, чем с названиями, скажем, по образу жизни), Возможно установление связи принципов номинации с классами слов, выделяемых по времени их происхождения. Так, заметно повышение удельного веса называний по образу жизни в тематической группе названий в последние периоды ее существования. Но сугубо лингвистическими аспектами изучение принципов номинации ограничивать нельзя, так как непосредственно определяющими для них являются внеязыковые факторы. Само выделение принципов номинации и их классификация основаны на этих факторах: свойствах и признаках самих реалий. Проиллюстрируем сказанное на конкретном материале. При необходимости данную классификацию можно конкретизировать дальше, выявляя частные особенности. Но для выявления закономерностей номинации ее нужно связывать с различными языковыми и неязыковыми факторами. [Гак В.Г. Языковые преобразования. -М.:Языки русской культуры,1998.-С.61].

Типы идиоматичности имён существительных в русском языке.(заголовок)

Дело в том, что в момент образования слова мотивировка , или выбор признаков идеального содержания, при назывании может быть различной: в одном случае, слово мотивировано всем содержанием или несколькими признаками, в другом-одним мотивировочным признаком. Степень идиоматичности зависит от характера (типа или вида) мотивировки звуковой оболочки слова идеальным содержанием данной лексической единицы. Непроизводные слова не являются мотивированными с точки зрения современного состояния языка. Поэтому все рассуждения далее касаются только производных слов.

В процессе создания производных слов используются чаще всего один мотивировочный признак, то есть в качестве производящего избирается одно слово, входящее в описание объективируемого идеального содержания: горбуша, носильщик, слоновость и др. При использовании двух мотивировочных признаков в процессе создания слова в качестве производящих выбираются два слова, входящих в описание объективируемого содержания: юрисконсульт, волколис, клеевар и др. реже в поисках производящего принимают участие три признака объективируемого понятия: пилоножеточ, профтехучилище,

ультракоротковолновый и др.,или все идеальное содержание в целом. Подлежащее лексической объективации: пред, спец, дикорастущий и др.

Связь между идеальным содержанием и звуковой оболочкой, которая призвана его материализовать, характеризуется глубиной мотивировки.

«Глубина мотивировки зависит от того, в какой мере объективируемое содержание используется в поисках производящего используемого для конструирования звуковой оболочки или в качестве готовой будущей своей звуковой оболочки».[Панова А.А. Ономасиология и проблема идиоматичности слова, 1984. -С.17]

Мотивирующий признак всякого наименования выбирается из какого-то множества признаков, имеющегося у любого объекта наименования, вследствие чего каждый предмет мог бы быть назван по разным его признакам, а его действительное наименование могло бы быть наименованием и других предметов, имеющих те же признаки. Например, предметы, названные по-русски, словами безрукавка, майка, телогрейка,..,в первом значении все обладают признаком безрукавности, но только один из них назван по этому признаку.[Там же- с.17]

Разновидность мотивировки выбора производящего, от которого зависит характер звуковой оболочки производного слова, является предпосылкой его идиоматичности. Разновидность мотивировки (отдельным признаком, всем содержанием, мотивировкой заимствованием) определяет глубину мотивированности звуковой оболочки, а глубина мотивировки оказывает влияние на степень идиоматичности слова. При этом выявляется закон обратного отношения этих явлений. Чем меньше глубина мотивировки, тем больше идиоматичность слова. Таким образом, выбор разновидности мотивировки предопределяет отнесение слова к той или иной группе существительных и типу идиоматичности. »[Панова А.А. Ономасиология и проблема идиоматичности слова, 1984. -С.43].

Мотивировочный признак призван отыскать производящее слово или словосочетание, которое используется для добывания звуковой оболочки. Мотивировочный признак выделяется из содержания объективируемого понятия и входит в значение будущего производного слова с момента формирования его идеального содержания. »[Панова А.А. Ономасиология и проблема идиоматичности слова.- Челябинск,1984. -С.44].По характеру мотивировки идеальным содержанием и степени идиоматичности все имена существительные можно разделить на группы, типы. В результате мы получили следующую классификацию знаменательных производных имен существительных, обозначающих наименование лица(деятеля) суффиксами-щик,чик и их вариантами.-[Там же С.17-18].

1.4Имя собственное как часть лексики.

Деление всех имен существительных на два больших класса – имена нарицательные (лат. nomina appelativa) и имена собственные (лат. nomina propria) – возникло еще в древнеримскую эпоху. С тех пор деление на два эти разряда остается общепринятым в языкознании и относится к числу языковых универсалий, так как встречается во всех языках мира. Это деление происходит по признаку называния предмета как индивидуального или как представителя целого класса.

В грамматиках собственные имена противополагаются нарицательным, но только в классе существительных. Понятие нарицательных имен поэтому не совпадает с понятием апеллятивной лексики.

Возникновение имен собственных диктуется общественной необходимостью различения однотипных объектов. В отличие от других слов имя собственное не связано непосредственно с понятием; оно вторично по отношению к апеллятиву; основное значение имени собственного заключено в его связи с денотатом; имена собственные являются значительным межъязыковым слоем лексики, как правило, не требующим перевода, что ведет к появлению иноязычных имен собственных в любом языке.

В состав имени собственного могут входить любые части речи. Имя собственное иногда может частично или полностью совпадать с апеллятивом (например, ай – река Ай). Оно может совпадать с чистой основой, словом, словосочетанием, предложением, так как любая из этих форм субстантивируется благодаря основной функции имени собственного – называть индивидуальный объект (или характеризовать группу родственных объектов).

Традиционно считается, что имена собственные – это такие слова, которые называют индивидуальные предметы, входящие в класс однородных, однако сами по себе не несут какого-либо специального указания на этот класс. Имена нарицательные – это такие слова, которые называют предмет по его принадлежности к тому или иному классу; соответственно они обозначают предмет как носитель признаков, свойственных предметам данного класса [Суперанская , А.В. Общая теория имени собственного. М., 1968.- с. 19].

Такие ученые как Л.В. Щерба, А.А. Реформатский, Ю.А. Карпенко, А.Д. Зверева, В.А. Никонов, Л.М. Щетинин, И.А. Воробьев, Е.Ф. Долинина, О.И. Фонякова, сопоставив лексические особенности имен собственных и нарицательных, обратили внимание на количественные и качественные

отличия имен собственных от нарицательных, которые, по их мнению, заключаются в следующем:

1. В сфере ономастической номинации имена собственные имеют больше функций, чем имена нарицательные: три языковых (номинативно-дифференциальная, идентифицирующая, дейктическая) и пять речевых: (адресная, апеллятивная, контактоустанавливающая, прагматическая и фактическая), а также имятворчество и свобода выбора.

2. В сигнификативной сфере у имен собственных проявляются уже иные функции содержательного характера. И хотя «у имен собственных способность обозначать ограничена до предела» (Е. Курилович), она сохраняется для обозначения единичных понятий, представлений, ассоциаций и целого комплекса реально-энциклопедических знаний о называемом объекте. Здесь следует различать следующие языковые функции: 1) концептуальную, 2) информативную, 3) аккумулятивную (энциклопедическую, когнитивную), которые проявляются и на уровне речи.

3. В сфере коннотации у имен собственных возникают иные функции. Языковыми можно считать такие функции, как стилистическая, эмоционально- оценочная, региональная и культурно-историческая, к которым в речи или тексте добавляются общая текстообразующая и эстетическая функции;

4. С точки зрения содержания денотативного значения количеств существенных признаков будет разным. Их больше у имен собственных, чем у имен нарицательных. Имя собственное «коннотирует» наибольшее количество признаков, их значение будет более специальным, чем значение имен собственных. Причем число признаков растет по мере роста нашего знания о субъекте, носящем данное имя;

5. С точки зрения объема денотативного значения, у имен собственных всегда меньше, чем у имен нарицательных, - реально он равен единице или стремится к ней (антропонимы, топонимы, космонимы, зоонимы, мифонимы). Под объемом значения понимается число объектов (денотатов, референтов), подводимых под данное понятие;

6. С точки зрения прагматического значения, если считать ,что сфера проявления ограничена только речью или текстом, то у имен собственных оно функционирует постоянно, в то время как у имен нарицательных оно представлено спорадически;

7. С точки зрения функционирования, у имен собственных заметно различие в способах выражения коннотативных значений – обилие эмоционально стилистических вариантов, передающих в первую очередь, разного рода

коннотативное содержание личных имен. Обилие коннотативных форм в ономастической номинации создает богатство средств выражения эмоционально-экспрессивных оттенков для разговорной речи, которых особенно много у личных имен, меньше – у прозвищ и фамилий и совсем мало у топонимов. И само содержание ,и структура коннотативного значения у имен собственных намного шире и богаче, чем у имен нарицательных;

8. С точки зрения слово- и формообразования имена собственные ограничены. Во-первых, они используют не весь инвентарь морфем национального языка, а только часть его, преимущественно суффиксацию. Во-вторых, они неупотребительны в формах множественного числа в силу специфики своего денотативного значения, семантика которого не совмещается со значением множественного числа;

9. С точки зрения реализации полисемии и омонимии, у имен нарицательных это постоянное и единственное свойство слова как языкового знака, демонстрирующее общую ассиметрию его структуры с неограниченным числом значений, именам собственным полисемия как бы не свойственна, обычно она у них ограничена двумя смысловыми сдвигами.

Граница между именами собственными и нарицательными непостоянна и подвижна: имена нарицательные легко становятся собственными наименованиями, прозвищами и кличками. Имена собственные нередко используются для обобщенного обозначения однородных предметов и становятся при этом нарицательными: донкихот, донжуан и т.д.

Среди имен собственных различаются:

1) имена собственные в узком смысле этого слова;

2) наименования.

Собственные имена в узком смысле этого слова – это астрономические названия, географические, имена людей и животных. Это – лексически ограниченный и медленно пополняемый круг слов-названий, присваиваемых или присвоенных одному предмету. Повторения здесь возможны как совпадения (например, совпадающие названия рек, деревень, поселков); они также высокочастотны в системе собственных имен лиц и животных. [Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М., 1968.- с.110.].

Среди имен лиц, как правило, нет слов, повторяющих нарицательные существительные. В случаях типа Атом, Электрон, (личные имена, дававшиеся в 20-е, 30-е годы XX в.) обобщенно-предметные значения в именах собственных ослабляются, а в старых именах такого типа – полностью утрачиваются, например: Вера, Надежда, Любовь.

В состав имен лиц входят отчества (наименования по имени отца) и фамилии (наследуемые семейные наименования). Отчество всегда мотивированно личным именем отца: Александрович, Михайловна, [Суперанская А.В. Общая теория имени собственного.- М., 1968.- с.111-112].

Семантическим своеобразием собственных имен становится своеобразие их морфологических свойств: данным словам, служащим для индивидуализации предмета, не свойственно употребление в формах множественного числа. Формы множественного числа здесь нормальны для обозначения разных лиц и предметов, имеющих одно и то же собственное имя.

Для имен собственных наименований используются нарицательные существительные или сочетания слов. При этом имена нарицательные не утрачивают своего лексического значения, а лишь изменяет свою функцию. Таковы названия: газета «Известия», журнал «Здоровье». Наименованиями могут служить также имена собственные: гостиница «Москва», пароход «Юрий Гагарин».

В ряде случаев связь между значением нарицательного существительного и его употреблением в качестве наименования является очень отдаленной или вовсе отсутствует. Но всегда остается в силе одно условие: в качестве наименования не употребляются слова, лексические значения которых могут оказаться в противоречии с сущностью или назначением именуемого предмета. Так, санаторий не может носить наименования «Болезни», сорт конфет не может быть назван «Горькими» и пр. [Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М., 1968.- с. 114-115.]

Орфографической приметой всех имен собственных служит написание их с прописной буквы. Если же имя собственное состоит из нескольких слов, то с заглавной буквы пишется, лишь первое слово.

Имена существительные собственные, когда они относятся к единичным, индивидуальным лицам и предметам, обычно не могут употребляться во множественном числе и этим отличаются от имен существительных нарицательных. В ряде случаев появление формы множественного числа у имени собственного возможно: 1) когда имя собственное обозначает, род, семейство, например, семья Кирилловых; 2) когда имя собственное обозначает людей, носящих одну фамилию, например, в университете работает несколько Кирилловых.

Имена собственные имеют три основных источника:

1) переход апеллятива в имя собственное – онимизация;

2) заимствование иноязычных имен собственных;

3) переход имени собственного из одного разряда в другой – трансонимизация.

В свою очередь, имя собственное может быть подвержено апеллятивации (например, Палех → изделие палех), терминологизации (например, Ом → ом), фразеологизации (например, Вавилон → Вавилонское столпотворение). В ономастической системе нередко бывает иррадиация (например, река Дон, приток Северный Донец, город Донецк, роман «Тихий Дон»).

Характер имени собственного определяется многими факторами: географической средой (влияет на топонимы, астроним и др.), культурой народа и религией (влияет на антропонимы и теонимы), историей народа (влияет на все категории онимов); социальной средой и ее изменениями (мода на имена).

Как утверждает, О.И. Фонякова, имя собственное, «это универсальная функционально- семантическая категория имен существительных, особый тип словесных знаков, предназначенный для выделения и идентификации единичных объектов (одушевленных и неодушевленных), выражающих единичные понятия и общие представления об этих объектах в языке, речи и культуре народа.» [Фонякова О.И.- с.21].

Уже философы античности и средневековья рассуждали об имени, его отношении к вещам. В основе древнегреческого учения о языке лежит понятие логоса (с греч. «слово», «предложение, высказывание», «речь»), введенное древнегреческим философом Гераклитом. Слово обозначало, таким образом, и речь, и смысл, и саму мысль и, в итоге, разум. Это объясняется, по-видимому, синкретичностью античной философии, для которой были характерны слитность, нерасчлененность проблем.
Как известно, на средневековую философию огромное влияние оказывает религия, все истолковывается, исходя из абсолютной личности, Бога. Евангелие от Иоанна предваряется словами: «В начале было Слово, и Слово было у Бога, и Слово было Бог. Оно было в начале у Бога». [Евангелие от Иоанна,]А Смысл едва ли не каждого слова надо искать в Книге Книг-Библии. Если в новое время принято считать, что философия - это мышление в понятиях и что она представлена авторами, то в средневековую эпоху, ориентированную на авторитет, не существовало авторов в общепринятом значении. Истинным автором, как мира, так и слова о мире считался Бог, авторитетами-священноначалие.
Новый виток развития философия и теория имени получают лишь в конце XIX - начале XX вв. Одним из ярких представителей философии имени минувшего века является А.Ф. Лосев, который утверждал: «человек, для которого нет имени, для которого имя только простой звук, а не сами предметы в их смысловой явленности, этот человек глух и нем, и живет он в

глухонемой действительности» [Лосев А.Ф .Философия имени,1980- с. 33]. Российский филолог Ю.С. Степанов, рассуждая о природе имени, говорит о совокупности «вещей», находящихся в пустом пространстве. Так, любая «вещь», размещенная в пространстве, всегда может получить «имя». Это «имя» связано не только с «вещью», но и с ее сущностью - [Степанов Ю.С.]. В современном русском языке существуют сотни тысяч нарицательных слов, обозначающих предметы и их свойства, явления природы и другие реалии нашей жизни. Кроме них существует и другой, особый мир слов, выполняющих функцию выделения, индивидуализации и представляющих собой разнообразные имена и названия.

В науке о языке существует специальный раздел, целое направление лингвистических исследований, посвященное именам, названиям, наименованиям – ономастика.

Ономастика (от греч. onomastikē (téchnē) – искусство давать имена):

1) раздел языкознания, изучающий собственные имена, историю их возникновения и преобразования в результате длительного употребления в языке-источнике или в связи с заимствованием в другие языки;

2) совокупность собственных имен различных типов (ономастическая лексика), онимия, которая в соответствии с обозначаемыми объектами делится на антропонимику, топонимику, зоонимию (собственные имена животных), астронимию, космонимию (название зон и частей Вселенной), теонимию (имена богов) и др.

Ономастика выдержала длительный период становления и сформировалась как наука лишь в первой половине XX века (сначала топонимика, позднее антропонимика и другие разделы) [Бондалетов В.Д. Русская ономастика. – М., 1983.].Заметный подъем эта наука испытывает в 60-70-е гг. XX в., когда интенсивно начинают разрабатываться различные аспекты и теоретические проблемы, возникают все новые классификации ономастической лексики, новые методы анализа, оформляется понятийно-теоретичекий аппарат.

В настоящее время ономастика является, с одной стороны, частью лексикологии, изучающей словарный состав языка, а с другой – самостоятельной областью языкознания, стоящей ближе к социолингвистике, со своим предметом, объектом, теорией и методикой исследования.

В зависимости от языковых особенностей собственных имен ономастика делится на литературную (область литературного языка) и диалектную; реальную и поэтическую (ономастику художественных текстов); современную и историческую; теоретическую и прикладную.

Согласно Книге Бытия Ветхого Завета, первыми на Земле получили имена собственные сами люди. И нарек Адам имя жене своей: Ева, затем только известные им места на земле, животные (домашние и дикие) и видимые небесные светила. Эти объекты и их имена постепенно заполняли ономастическое пространство и мир древнего человека. С течением времени это пространство расширялось, получили имена новые типы объектов.

Мир, в котором мы живем, воистину можно назвать миром имен и названий. Ведь практически каждый реальный объект (а зачастую и вымышленный) имеет или может иметь свое собственное наименование. При этом одни названия настолько древние, что их воспринимают как возникшие сами собой, поскольку неизвестен их автор, а иногда даже и народ, языку которого это слово принадлежало. История таких имен сокрыта от нас завесой времени. Этим, в частности, отличаются названия некоторых рек, морей, гор, звезд. Напротив, существуют другие имена и названия, дата рождения которых установлена точно или даже широко известна; они нередко молоды, часто известны и авторы этих слов-названий.- [Горбаневский, М.В. В мире имен и названий,1983]

Границы мира ономастики, позволяющие определить число таких необычных слов в нашей речи, удалены от взора даже опытного исследователя: статистика здесь также не может быть всеобъемлющей - это просто невозможно. Но для примера можно сказать, что русских фамилий известно порядка более 200 тысяч.

Современная ономастика – это комплексная научная лингвистическая дисциплина, обладающая своим кругом проблем и методов. Ономастические исследования помогают изучению путей миграции отдельных этносов, выявлению мест их прежнего обитания, установлению более древнего состояния отдельных языков, определению языковых и культурных контактов разных этносов. – [Суперанская А.В. Общая теория имени собственного.- М., 1968.]

1.5 Разновидности онимов:

Все разнообразие имен собственных подвергается классификации. В современной ономастике оптимальное структурирование ономастического пространства предложено известным филологом, А. В. Суперанской.

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:

а) имена живых существ и существ, воспринимаемых как живые: Русалка.

антропонимы — личное имя человека;- Афанасий

зоонимы — кличка животных;Трезор

мифонимы — имя любой сферы ономастического пространства в мифах, эпопеях, сказках, былинах;-Алпамыш

б) наименования неодушевленных предметов:

топонимы — наименования населенных пунктов;- Калуга

космонимы и астронимы — наименования космических объектов;Юпитер

фитонимы — наименования растений;- незабудка

названия средств передвижения; -автобус,

сортовые и фирменные названия;

в) имена собственные комплексных объектов:

названия предприятий, учреждений;

хрононимы — имя исторически значимого отрезка времени;

названия праздников, юбилеев, торжеств; названия мероприятий, войн; День Победы

названия произведений литературы;- Сто лет одиночества

документонимы;

названия стихийных бедствий;ураган Торнадо

фалеронимы — имена собственные любого ордена, медали. «Материнская слава».

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, ученой А. В. Суперанской, главной считается предметно-номинативная классификация, так как "соотнесенность с предметом, как правило, определяет "лицо" имени и его характеристики" [Суперанская 1973: 66].

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.

Как показывают приводимые классификации, система имен собственных достаточно обширна. Из схем, составленных Н. В. Подольской, также четко видна иерархичность элементов в системе. По мнению самой исследовательницы, "иерархия объектов лучше прослеживается в природе и труднее в сфере человеческой деятельности" [Подольская Н.В. Словарь терминологический, 1988.-С.14].

В зависимости от типа изучаемых имен ономастика как наука подразделяется на частные области, среди которых самыми изученными являются антропонимика, топонимика, гидронимика и некоторые другие. Аспекты ономастических исследований разнообразны. Выделяются: описательная ономастика, составляющая объективный фундамент ономастических исследований, дающая филологический анализ и лингвистическую интерпретацию собранного материала; теоретическая ономастика, изучающая общие закономерности развития и функционирования ономастических систем; прикладная ономастика, связанная с практикой присвоения имен, с функционированием имен в живой речи и проблемами наименований и переименований, дающая практические рекомендации картографам, биографам, библиографам; ономастика художественных произведений, составляющая раздел поэтики; историческая ономастика, изучающая историю появления имен, и их отражение в именах реалий разных эпох; этническая ономастика, изучающая возникновение названий этносов и их частей в связи с историей этносов, соотношение этнонимов с именами других типов, приводящую к созданию топонимов, антропонимов, космонимов, связь этнонимов с названиями языков (лингвонимами) [Горбаневский с. 78].

Ономастика представляет собой хотя и периферийный, но крайне важный и ценный раздел языкознания. Его важность для исследований лингвистического характера определяется тем, что именно в областях сохраняются архаизмы, устаревшие формы, утраченные в языке и в целом, появляются инновации и разрабатываются новые тенденции и пути языкового развития. Помимо этого, однообразие, регулярность и частая повторяемость ономастического материала создает крайне выгодные условия для анализа действия разнообразных аналитических процессов, обобщения имен собственных по различным критериям и признакам и, следовательно, для формирования новых языковых элементов.

Пристальное внимание исследователей к ономастике объясняется особым положением имени собственного в языке, его промежуточному характеру. «Связь nomina propria с системой данного языка проявляется в оформлении nom. pr. как грамматических и словообразовательных категорий того языка, реализации в nom. pr. лексем данного языка. Вместе с тем nom. pr., конституирующиеся на основе апеллятивов, представляют собой самостоятельную сферу со свойственными ей закономерностями [Полиевский, с. 91-92].

В зависимости от того, насколько ономастика взаимодействует с общеязыковой системой, исследователи выделяют три варианта:

1. Nomina propria тождественны апеллятивам (их грамматические и словообразовательные категории полностью совпадают);

2. Ономастика является особой областью языковой системы, получившей гипертрофированное развитие (например, имена собственные используют ограниченный набор грамматических средств, непродуктивных для апеллятивов и монополизированных для производства nom.pr.);

3. Имена собственные нередко порывают с общеязыковой системой, вступают с ней в противоречие.

Таким образом,в современном обществе имя собственное выступающее как член классификационной системы номинации, выполняет главную назывательную (назывную) функцию, реализующуюся в двух аспектах: дистинктивном (выделяющем индивида из коллектива) и интеграционном (объединяющем носителей одного имени собственного в общий класс).При этом для имен нарицательных первичной является способность к объединению предметов или явлений в класс, в то время как для имен собственных, безусловно, первостепенную роль играет различительная функция. Иными словами, имена собственные визуально показывают ситуацию, при которой код направлен сам на себя.

Глава 2. Анализ названий детских и юношеских СМИ в УРФО

Таблица 1

Типология названий средств массовой информации Уральского федерального округа

Регион УрФО	Челябинская область	
Номинация		
Объект или субъект воздействия	издания для детей и молодежи	издания
	1. информационный портал юных журналистов Челябинской области «Читай и Пиши» 2. ГТРК «Южный Урал» 3. «Областное телевидение» (канал ОТВ) 4. радиостудия «Мозаика» 5. газета «Вечерний Челябинск» 6. газета «Катавёнок» 7. молодежная газета «Кузюки – next» 8. газета «МЕДИА-КЛАБ» 9. детская страничка «Настроешка» 10. газета «Пёстрый мир» 11. детская страница «ПиФ» газеты «Жизнь района» 12. молодежная страничка «СМС» газеты «Магнитогорский рабочий» 13. газета «Шумок» 14. журнал «Мама, я живой!» 15. журнал «Планета 35» 16. газета «Юнкор и К» 17. газета «Vis-a-vis - Лицом друг к другу» 18. первая семейная газета для школьников и понимающих их взрослых «От 7 до 17» 19. газета челябинских школьников «От семнадцати и младше» 20. ежемесячная газета школьников и для школьников Еманжелинска «ШОК» или «Школьным Оком» 21. еврейский литературный молодёжный журнал «Луч» 22. ежемесячный журнал для детей и подростков «Мой драйв» 23. детский литературно-краеведческий журнал «Подорожник»	1. газет 2. теле 3. меди 4. газет 5. газет госу 6. газет 7. газет 8. газет 9. газет 10. газет 11. газет 12. газет 13. газет 14. газет масс 15. газет школ 16. обла «Здр 17. газет «Ма 18. Миа 19. Коел 20. газет 21. неза комп 22. моло 23. моло 24. газет 25. газет 26. газет

	24. сайт Главного управления молодежной политики Челябинской области	
Процент выборки (%)	**48**	**52**
Возрастная категория	для юношества	для дет
	1. медиахолдинг «Первый студенческий» 2. ГТРК «Южный Урал» 3. «Областное телевидение» (канал ОТВ) 4. радиостудия «Мозаика» 5. газета «Вечерний Челябинск» 6. молодежная газета «Кузюки – next» 7. газета «МЕДИА-КЛАБ» 8. газета «ИнтерMEDIA» 9. газета «Молодежка» (приложение к газете «Магнезитовец») 10. независимая молодёжная газета «Школьный компас» (г. Озёрск). 11. молодежная газета «Ламп@» 12. молодежная газета «Наше время» 13. газета «Вестник Челябинского государственного университета» 14. газета «Пёстрый мир» 15. молодежная страничка «СМС» газеты «Магнито-горский рабочий» 16. газета «Шумок» 17. журнал «Мама, я живой!» 18. журнал «Планета 35» 19. газета «Vis-a-vis - Лицом друг к другу» 20. ежемесячная газета школьников и для школьников Еманжелинска «ШОК» или «Школьным Оком» 21. еврейский литературный молодёжный журнал «Луч» 22. сайт Главного управления молодежной политики Челябинской области	1. газет 2. инфо Челя 3. газет 4. детс 5. теле 6. газет 7. детс райо 8. газет 9. газет 10. газет 11. газет 12. газет 13. газет 14. газет 15. газет масс 16. газет школ 17. обла «Здр 18. перв пони 19. газет и мл 20. газет 21. Миа 22. Коел 23. газет 24. детс «Под 25. ежем «Мо
Процент выборки (%)	**46,8**	**53,2**
Электронное или	электронное СМИ	печатно

печатное СМИ	1. медиахолдинг «Первый студенческий» 2. ГТРК «Южный Урал» 3. «Областное телевидение Урала» (канал ОТВ) 4. радиостудия «Мозаика» 5. информационный портал юных журналистов Челябинской области «Читай и Пиши» 6. телевизионная студия «Классика» 7. сайт Главного управления молодежной политики Челябинской области 8. газета «МЕДИА-КЛАБ» 9. газета «ИнтерMEDIA» 10. газета «Вестник ЧелГУ» 11. молодежная страничка «СМС» газеты «Магнито-горский рабочий»	1. газет 2. газет 3. детс 4. газет 5. газет 6. детс райо 7. газет 8. газет 9. газет 10. газет 11. газет 12. газет 13. газет 14. моло 15. газет 16. газет 17. газет «Ма 18. незав комп 19. моло 20. госуд 21. газет 22. моло «Ма 23. газет 24. журн 25. журн 26. газет 27. ежем школ «Шк 28. еврей «Луч 29. моло 30. газет масс 31. газет школ 32. обла «Здр 33. перва пони

		34. газет и мл 35. газет 36. Миа 37. Коел 38. газет 39. детс «Под 40. ежем «Мо
Процент выборки (%)	**21,6**	**78,4**
Принадлежность к месту нахождения СМИ	1. ГТРК «Южный Урал» 2. «Областное телевидение Урала» (канал ОТВ) 3. радиостудия «Мозаика» 4. информационный портал юных журналистов Челябинск 5. сайт Главного управления молодежной политики Челяби 12. ГТРК «Южный Урал» 13. «Областное телевидение Урала» (канал ОТВ) 14. радиостудия «Мозаика» 15. информационный портал юных журналистов Челябинск 16. сайт Главного управления молодежной политики Челяби	
Процент выборки (%)	**32**	
Принципы размещения в интернете	собственно сетевые издания	онлайн
	1. медиахолдинг «Первый студенческий» 2. ГТРК «Южный Урал» 3. «Областное телевидение Урала» (канал ОТВ) 4. радиостудия «Мозаика» 5. информационный портал юных журналистов Челябинской области «Читай и Пиши» 6. телевизионная студия «Классика» 7. сайт Главного управления молодежной политики Челябинской области	1. газет 2. газет 3. газет госу 4. моло «Ма
Процент выборки (%)	**63,6**	**36,4**
Целевое назначение	информационно-публицистические издания	издания, популяризирующие науку, техни искусство, расширяющие кругозор
	1. медиахолдинг «Первый студенческий»	1. журнал «Мама, живой!»

	2. ГТРК «Южный Урал» 3. «Областное телевидение» (канал ОТВ) 4. радиостудия «Мозаика» 5. газета «Вечерний Челябинск» 6. молодежная газета «Кузюки – next» 7. газета «МЕДИА-КЛАБ» 8. газета «ИнтерMEDIA» 9. газета «Молодежка» (приложение к газете «Магнезитовец») 10. независимая молодёжная газета «Школьный компас» (г. Озёрск). 11. молодежная газета «Ламп@» 12. газета «Наше время» 13. газета «Шумок» 14. журнал «Планета 35» 15. газета «Vis-a-vis - Лицом друг к другу» 16. ежемесячная газета школьников и для школьников Еманжелинска «ШОК» или «Школьным Оком» 17. сайт Главного управления молодежной политики Челябинской области 18. газета «Школьная жизнь» 19. информационный портал юных журналистов Челябинской области «Читай и Пиши» 20. газета «Катавёнок» 21. детская страничка «Настроешка» 22. телевизионная студия «Классика» 23. газета «Переменка», (лицей № 11 Челябинска) 24. детская страница «ПиФ» газеты «Жизнь района» 25. газета «То4ка Зрения» 26. газета «Радуга» 27. газета «Школьный БУМ» 28. газета «Калейдоскоп» 29. газета пресс-центра МОУ СОШ № 12 30. газета «Стрекоза» 31. газета «Школьный компас» 32. газета «Я и МЫ» (Центр детских	2. молодежная страничка «СМ газеты «Магнит горский рабочий» 3. первая семейн газета д школьников понимающих взрослых «От 7 17» 4. газета ТИНэйджеров «ТиН»: Твоя Наша 5. ежемесячный журнал для детей подростков «М драйв» 6. «Вестник Челябинского государственного университета»

	средств массовой информации Копейска) 33. газета для детей младшего и среднего школьного возраста «Апельсинка» 34. областная газета для детей и подростков «Здравствуйте» 35. газета челябинских школьников «От семнадцати и младше» 36. газета «Юнкор и К» 37. Миасская газета для подростков «Привет» 38. Коелгинская детская газета «Радуга»	
Процент выборки (%)	**80,9**	**12,8**
Молодежная субкультура	1. информационный портал юных журналистов Челябинской 2. молодежная газета «Кузюки – next» 3. газета «МЕДИА-КЛАБ» 4. газета «Пёстрый мир» 5. газета «Юнкор и К» 6. газета челябинских школьников «От семнадцати и младш 7. газета «Школьная жизнь» 8. газета «Переменка», (лицей № 11 Челябинска) 9. газета «Вестник Челябинского государственного университ 10. газета «ИнтерMEDIA» 11. газета «То4ка Зрения» 12. газета «Радуга» 13. газета «Школьный БУМ» 14. газета «Калейдоскоп» 15. газета пресс-центра МОУ СОШ № 12 16. газета «Стрекоза» 17. газета «Школьный компас» 18. газета «Я и МЫ» (Центр детских средств массовой инфор 19. Коелгинская детская газета «Радуга» 20. газета ТИНэйджеров «ТиН»: Твоя и Наша 21. независимая молодёжная газета «Школьный компас» (г. С 22. молодежная газета «Ламп@» 23. молодежная газета «Наше время» 24. газета «Наш манифест» 25. газета «Второй носок» 26. газета «Мы то, что ты так долго искал»	
Процент выборки (%)	**52**	

Принадлежность к организации	1. информационный портал юных журналистов Челябинской 2. ГТРК «Южный Урал» 3. «Областное телевидение» (канал ОТВ) 4. газета «Вечерний Челябинск» 5. молодежная страничка «СМС» газеты «Магнито-горский 6. сайт Главного управления молодежной политики Челябин 7. газета «Вестник Челябинского государственного универси 8. газета пресс-центра МОУ СОШ № 12
Процент выборки (%)	**16**

Таблица 2

Регион УрФО	Свердловская область	
Номинации		
Объект или субъект воздействия	издания для детей и молодежи	издания
	1. газета «Вечерний Екатеринбург» 2. ежемесячная газета для школьников и их родителей «Тихая минутка» 3. детская спортивная газета «Физкульт-привет!» 4. социально-психологический журнал «Любимый жук» 5. журнал «Волшебный фонарь» 6. журнал «Литературный квартал» (выпускает Музей писателей Урала) 7. журнал «Урал» (детская рубрика) 8. альманах для семейного чтения «Детская» 9. журнал «Шпаргалка для родителей...» 10. приложение к Областной газете для детей и подростков «Новая эра» 11. информационно-познавательная газета «Школьная жизнь» 12. газета для старшеклассников Чкаловского района «Суббота-14-е» 13. литературный журнал для всей семьи с ребенком в центре «Добрый малый» 14. журнал «Витаминка» 15. журнал «Ежик» 16. журнал «Летучий кораблик» 17. журнал «Книжки, нотки и игрушки»	1. сайт общ корр 2. журн уни 3. моло 4. газет 5. детс
Процент выборки (%)	**77,3**	**22,7**
Возрастная категория	для юношества	для дет

	1. пресс-центр«Детско-молодежной общественной организации юных корреспондентов Свердловской области» 2. журнал «Известия Уральского федерального университета» 3. молодежный сайт Свердловской области 4. газета «Вечерний Екатеринбург» 5. социально-психологический журнал «Любимый жук» 6. журнал «Волшебный фонарь» 7. журнал «Литературный квартал» (выпускает Музей писателей Урала) 8. альманах для семейного чтения «Детская» 9. журнал «Шпаргалка для родителей...» 10. литературный журнал для всей семьи с ребенком в центре «Добрый малый»	1. газет 2. детс 3. сайт общ корр област 4. ежем роди 5. детс 6. журн 7. прил подр 8. инф «Шк 9. газет райо 10. лите ребе 11. журн 12. журн 13. журн 14. журн
Процент выборки (%)	**41,6**	**58,3**
Электронное или печатное СМИ	электронное СМИ	печатно
	1. сайт пресс-центра «Детско-молодежной общественной организации юных корреспондентов Свердловской области» 2. молодежный сайт Свердловской области	1. журн унив 2. газет 3. детс 4. газет 5. ежем роди 6. детс 7. соци жук» 8. журн 9. журн Муз 10. журн 11. альм 12. журн 13. прил

		подр 14. инф «Шк 15. газет райо 16. лите ребе 17. журн 18. журн 19. журн 20. журн
Процент выборки (%)	**9,1**	**90,9**
Принадлежность к месту нахождения СМИ	1. сайт пресс-центра «Детско-молодежной общественно Свердловской области» 2. молодежный сайт Свердловской области 3. журнал «Известия Уральского федерального университет 4. газета «Вечерний Екатеринбург» 5. журнал «Урал» (детская рубрика)	
Процент выборки (%)	**22,7**	
Принципы размещения в интернете	собственно сетевые издания	онлайно
	1. сайт пресс-центра «Детско-молодежной общественной организации юных корреспондентов Свердловской области» 2. молодежный сайт Свердловской области	1. журн унив 2. газет 3. детск 4. газет 5. ежем роди 6. детс 7. соци жур 8. журн 9. журн Муз 10. журн 11. альм
Процент выборки (%)	**15,4**	**84,6**
Целевое назначение	информационно-публицистические издания	издания, популяризирующие науку, технику, искусство, расширяющие

		кругозор	
	1. газета «Вечерний Екатеринбург» 2. ежемесячная газета для школьников и их родителей «Тихая минутка» 3. журнал «Волшебный фонарь» 4. журнал «Урал» (детская рубрика) 5. приложение к Областной газете для детей и подростков «Новая эра» 6. информационно-познавательная газета «Школьная жизнь» 7. газета для старшеклассников Чкаловского района «Суббота-14-е» 8. сайт пресс-центра «Детско-молодежной общественной организации юных корреспондентов Свердловской области» 9. журнал «Известия Уральского федерального университета» 10. молодежный сайт Свердловской области 11. газета школьников Екатеринбурга «Созвездие»	1. детская спортивная газета «Физкульт-привет!» 2. социально-психологический журнал «Любимый жук»	
Процент выборки (%)	**50**	**9,1**	
Молодежная субкультура	1. информационно-познавательная газета «Школьная жизнь 2. сайт пресс-центра «Детско-молодежной общественно Свердловской области» 3. журнал «Известия Уральского федерального университет 4. молодежный сайт Свердловской области 5. газета школьников Екатеринбурга «Созвездие» 6. детско-подростковая газета «Розовый слон»		
Процент выборки (%)	**27,3**		
Принадлежность к организации	1. сайт пресс-центра «Детско-молодежной общественно Свердловской области» 2. журнал «Известия Уральского федерального университет 3. молодежный сайт Свердловской области		
Процент выборки (%)	**13,6**		

Таблица 3

Регион УрФО	Тюменская область	
Номинации	издания для молодежи	издания
Объект или субъект воздействия	1. газета «Тюменские непоседы» 2. детская газета «Боливар» 3. газета «Тюменский курьер» 4. информационное агентство «Тюменская линия» 5. региональный интернет портал «Nash Gorod.ru» 6. интернет – издание «NewsProm.Ru» 7. информационный портал «tumix.новости» 8. информационный портал «Без формата.ru» 9. информационный портал «vesti72.ru» 10. etp.uksimp.nadym@gmail.com- МБУК Надым, Тюменская обл. 11. газета «Южноуральская панорама» 12. ГТРК «Южный Урал» 13. журнал «Образование на Урале» 14. специализированная газета «Карьера Урал» 15. журнал о свободном времени «Free тайм» 16. государственное информационное агентство Тюменской области 17. региональный интернет ресурс «Тюмень» 18. газета «Призыв» (г. Тюмень) 19. радиоканал «Юргинская волна» 20. Тюменская интернет-газета «Вслух.ru» 21. информационное агентство «Актуально» 22. портал «Тюмень Онлайн. TYUMEN.RU»	1. сайт «Стр 2. сайт унив 3. инфо 4. сайт архи 5. сайт нефт
Процент выборки (%)	**81,5**	**18,5**
Возрастная категория	для юношества	для дет
	1. сайт молодежного городского пресс-центра «Стрижи» 2. сайт Тюменского государственного университета 3. информационное агентство «Накануне.ru» 4. сайт Тюменского государственного архитектурно-строительного университета 5. сайт Тюменского государственного нефтегазового университета 6. газета «Тюменский курьер»	1. газет 2. детс

	7. информационное агентство «Тюменская линия» 8. региональный интернет портал «Nash Gorod.ru» 9. интернет – издание «NewsProm.Ru» 10. информационный портал «tumix.новости» 11. информационный портал «Без формата.ru» 12. информационный портал «vesti72.ru» 13. etp.uksimp.nadym@gmail.com- МБУК Надым, Тюменская обл. 14. газета «Южноуральская панорама» 15. ГТРК «Южный Урал» 16. журнал «Образование на Урале» 17. специализированная газета «Карьера Урал» 18. журнал о свободном времени «Free тайм» 19. государственное информационное агентство Тюменской области 20. региональный интернет ресурс «Тюмень» 21. газета «Призыв» (г. Тюмень) 22. радиоканал «Юргинская волна» 23. Тюменская интернет-газета «Вслух.ru» 24. информационное агентство «Актуально» 25. портал «Тюмень Он-Лайн. TYUMEN.RU»	
Процент выборки (%)	**92,6**	**7,4**
Электронное или печатное СМИ	электронное СМИ	печатно
	1. сайт молодежного городского пресс-центра «Стрижи» 2. сайт Тюменского государственного университета 3. информационное агентство «Накануне.ru» 4. сайт Тюменского государственного архитектурно-строительного университета 5. сайт Тюменского государственного нефтегазового университета 6. информационное агентство «Тюменская линия» 7. региональный интернет портал «Nash Gorod.ru» 8. интернет – издание «NewsProm.Ru» 9. информационный портал «tumix.новости» 10. информационный портал «Без формата.ru» 11. информационный портал «vesti72.ru» 12. etp.uksimp.nadym@gmail.com- МБУК Надым, Тюменская обл. 13. ГТРК «Южный Урал» 14. государственное информационное агентство Тюменской области	1. газет 2. детс 3. газет 4. газет 5. газет 6. журн 7. спец 8. журн

	15. региональный интернет ресурс «Тюмень» 16. радиоканал «Юргинская волна» 17. Тюменская интернет-газета «Вслух.ru» 18. информационное агентство «Актуально» 19. портал «Тюмень Он-Лайн. TYUMEN.RU»	
Процент выборки (%)	**70,4**	**29,6**
Принадлежность к месту нахождения СМИ	1. сайт Тюменского государственного университета 2. сайт Тюменского государственного архитектурно-строите 3. сайт Тюменского государственного нефтегазового универ 4. информационное агентство «Тюменская линия» 5. ГТРК «Южный Урал» 6. государственное информационное агентство Тюменской 7. региональный интернет ресурс «Тюмень» 8. радиоканал «Юргинская волна» 9. портал «Тюмень Онлайн. TYUMEN.RU» 10. газета «Тюменские непоседы» 11. газета «Тюменский курьер» 12. журнал «Образование на Урале» 13. специализированная газета «Карьера Урал» 14. газета «Южноуральская панорама»	
Процент выборки (%)	**51,9**	
Принципы размещения в интернете	собственно сетевые издания	онлайн
	1. сайт молодежного городского пресс-центра «Стрижи» 2. сайт Тюменского государственного университета 3. информационное агентство «Накануне.ru» 4. сайт Тюменского государственного архитектурно-строительного университета 5. сайт Тюменского государственного нефтегазового университета 6. информационное агентство «Тюменская линия» 7. региональный интернет портал «Nash Gorod.ru» 8. интернет – издание «NewsProm.Ru» 9. информационный портал «tumix.новости» 10. информационный портал «Без формата.ru» 11. информационный портал «vesti72.ru» 12. etp.uksimp.nadym@gmail.com- МБУК Надым, Тюменская обл. 13. ГТРК «Южный Урал» 14. государственное информационное агентство	1. газет 2. газет 3. газет 4. журн 5. спец 6. журн

	Тюменской области 15. региональный интернет ресурс «Тюмень» 16. радиоканал «Юргинская волна» 17. Тюменская интернет-газета «Вслух.ru» 18. информационное агентство «Актуально» 19. портал «Тюмень Он-Лайн. TYUMEN.RU»	
Процент выборки (%)	**76**	**24**
Целевое назначение	информационно-публицистические издания	издания, популяризирующие науку, технику, искусство, расширяющие кругозор
	1. сайт молодежного городского пресс-центра «Стрижи» 2. информационное агентство «Накануне.ru» 3. газета «Тюменский курьер» 4. информационное агентство «Тюменская линия» 5. региональный интернет портал «Nash Gorod.ru» 6. интернет – издание «NewsProm.Ru» 7. информационный портал «tumix.новости» 8. информационный портал «Без формата.ru» 9. информационный портал «vesti72.ru» 10. etp.uksimp.nadym@gmail.com-МБУК Надым, Тюменская обл. 11. газета «Южноуральская панорама» 12. ГТРК «Южный Урал» 13. специализированная газета «Карьера Урал» 14. государственное информационное агентство Тюменской области 15. региональный интернет ресурс «Тюмень» 16. газета «Призыв» (г. Тюмень) 17. радиоканал «Юргинская волна»	1. сайт Тюменского государственного университета 2. сайт Тюменского государственного архитектурно-строительного университета 3. сайт Тюменского государственного нефтегазового университета

	18. Тюменская интернет-газета «Вслух.ru» 19. информационное агентство «Актуально» 20. портал «Тюмень Онлайн. TYUMEN.RU»	
Процент выборки (%)	**74**	**11,1**
Молодежная субкультура	1. сайт молодежного городского пресс-центра «Стрижи» 2. сайт Тюменского государственного университета 3. сайт Тюменского государственного архитектурно-строите 4. сайт Тюменского государственного нефтегазового универ 5. газета «Тюменские непоседы»	
Процент выборки (%)	**18,5**	
Принадлежность к организации	1. сайт молодежного городского пресс-центра «Стрижи» 2. сайт Тюменского государственного университета 3. сайт Тюменского государственного архитектурно-строите 4. сайт Тюменского государственного нефтегазового универ	
Процент выборки (%)	**14,8**	

Таблица 4

Регион УрФО	Ямало-Ненецкий автономный округ	
Номинации		
Объект или субъект воздействия	издания для молодежи	издания
	1. радиостанция «Новый Уренгой» 2. информационное агентство «СЕВЕРПРЕСС» 3. Ноябрьское телевизионное информационное агентство «МИГ» 4. Надымская студии телевидения 5. телестанция МБИУ «Северный ветер» (Салехард) 6. телестанция ЛАБЫТНАНГИ-ТВ 7. телерадиокомпания «Новый Уренгой – Импульс» 8. видеоканал «ТОО» (Салехард) 9. телерадиокомпания «Луч» (Тарко-Сале) 10. телерадиокомпания «Импульс Триа» 11. телерадиокомпания «Дельта» (Салехард) 12. «Радио-Ноябрьск», FM 103.0	1. сайт инфо 2. сайт тури 3. сайт прав окру (http

	13. РТРК «Новый Уренгой» 14. государственная телерадиокомпания «Вектор» (Губкинский) 15. радио DFM, FM 107.8, Ноябрьск 16. телерадиостудия «Ноябрьскнефтегаз» 17. ВКСКорпорация «Сигма» (Надым) 18. газета «Северная вахта» (Ноябрьск) 19. газета Копейка в N-ске» 20. Газета Красный север» (Ноябрьск) 21. *газета* «Наш город» 22. газета «Слово нефтяника» 23. Народный журнал «Северяне» 24. журнал «Ямальский меридиан» 25. газета «Няръяна Нгэрм» 26. государственное учреждение «Окружная государственная телевизионная и радиовещательная компания «Ямал-Регион» 27. сайт государственного учреждения «Центр развития интернет- коммуникаций» 28. газета «Полярный круг» 29. телерадиокомпания «Муравленко-ТВ» 30. телекомпания «Альянс» 31. газета «Северный край» 32. «Пуровская телерадиокомпания «ЛУЧ» 33. информационное агентство «Приуралье» 34. сайт «Средства массовой информации Тазовского района» 35. информационный портал «Новости нашего города. Ноябрьск.РФ»	
Процент выборки (%)	**92**	**7,9**
Возрастная категория	для юношества	для дет
	1. сайт ноябрьского детско-юношеское информационного агентства «Кругозор» 2. сайт Департамента молодежной политики и туризма Ямало-Ненецкого автономного округа 3. сайт официальной приёмной Молодёжного правительства Ямало-Ненецкого автономного округа в социальной сети «ВКонтакте» 4. радиостанция «Новый Уренгой» 5. информационное агентство «СЕВЕРПРЕСС» 6. Ноябрьское телевизионное информационное агентство «МИГ»	1. сайт инфо

	7. Надымская студии телевидения 8. телестанция МБИУ «Северный ветер» (Салехард) 9. телестанция ЛАБЫТНАНГИ-ТВ 10. телерадиокомпания «Новый Уренгой – Импульс» 11. видеоканал «ТОО» (Салехард) 12. телерадиокомпания «Луч» (Тарко-Сале) 13. телерадиокомпания «Импульс Триа» 14. телерадиокомпания «Дельта» (Салехард) 15. «Радио-Ноябрьск», FM 103.0 16. РТРК «Новый Уренгой» 17. государственная телерадиокомпания «Вектор» (Губкинский) 18. радио DFM, FM 107.8, Ноябрьск 19. телерадиостудия «Ноябрьскнефтегаз» 20. ВКСКорпорация «Сигма» (Надым) 21. газета «Северная вахта» (Ноябрьск) 22. газета «Копейка в N-ске» 23. газета «Красный север» (Ноябрьск) 24. газета «Наш город» 25. газета «Слово нефтяника» 26. народный журнал «Северяне» 27. журнал «Ямальский меридиан» 28. газета «Няръяна Нгэрм» 29. государственное учреждение «Окружная государственная телевизионная и радиовещательная компания «Ямал-Регион» 30. сайт государственного учреждения «Центр развития интернет- коммуникаций» 31. газета «Полярный круг» 32. телерадиокомпания «Муравленко-ТВ» 33. телекомпания «Альянс» 34. газета «Северный край» 35. «Пуровская телерадиокомпания «ЛУЧ» 36. информационное агентство «Приуралье» 37. сайт «Средства массовой информации Тазовского района» 38. информационный портал «Новости нашего города. Ноябрьск.РФ»	
Процент выборки (%)	**97,4**	**2,6**
Электронное или печатное СМИ	электронное СМИ	печатно
	1. сайт ноябрьского детско-юношеское информационного агентства «Кругозор»	1. газет 2. газет

	2. сайт Департамента молодежной политики и туризма Ямало-Ненецкого автономного округа 3. сайт официальной приёмной Молодёжного правительства Ямало-Ненецкого автономного округа в социальной сети «ВКонтакте» 4. радиостанция «Новый Уренгой» 5. информационное агентство «СЕВЕРПРЕСС» 6. Ноябрьское телевизионное информационное агентство «МИГ» 7. Надымская студии телевидения 8. телестанция МБИУ «Северный ветер» (Салехард) 9. телестанция ЛАБЫТНАНГИ-ТВ 10. телерадиокомпания «Новый Уренгой – Импульс» 11. видеоканал «ТОО» (Салехард) 12. телерадиокомпания «Луч» (Тарко-Сале) 13. телерадиокомпания «Импульс Триа» 14. телерадиокомпания «Дельта» (Салехард) 15. «Радио-Ноябрьск», FM 103.0 16. РТРК «Новый Уренгой» 17. государственная телерадиокомпания «Вектор» (Губкинский) 18. радио DFM, FM 107.8, Ноябрьск 19. телерадиостудия «Ноябрьскнефтегаз» 20. ВКСКорпорация «Сигма» (Надым) 21. государственное учреждение «Окружная государственная телевизионная и радиовещательная компания «Ямал-Регион» 22. сайт государственного учреждения «Центр развития интернет- коммуникаций» 23. телерадиокомпания «Муравленко-ТВ» 24. телекомпания «Альянс» 25. «Пуровская телерадиокомпания «ЛУЧ» 26. информационное агентство «Приуралье» 27. сайт «Средства массовой информации Тазовского района» 28. информационный портал «Новости нашего города. Ноябрьск.РФ»	3. газет 4. газет 5. газет 6. наро 7. журн 8. газет 9. газет 10. газет
Процент выборки (%)	**73,7**	**26,3**
Принадлежность к месту нахождения СМИ	1. газета «Красный север» (Ноябрьск) 2. журнал «Ямальский меридиан» 3. газета «Полярный круг»	

	4. газета «Северный край» 5. сайт Департамента молодежной политики и туризма Яма 6. сайт официальной приёмной Молодёжного правительст социальной сети «ВКонтакте» 7. радиостанция «Новый Уренгой» 8. телестанция ЛАБЫТНАНГИ-ТВ 9. телерадиокомпания «Новый Уренгой – Импульс» 10. «Радио-Ноябрьск», FM 103.0 РТРК «Новый Уренгой 11. телерадиостудия «Ноябрьскнефтегаз» 12. государственное учреждение «Окружная государстве компания «Ямал-Регион» 13. информационное агентство «Приуралье» 14. сайт «Средства массовой информации Тазовского района 15. информационный портал «Новости нашего города. Нояб
Процент выборки (%)	**39,5**
Принципы размещения в интернете	собственно сетевые издания 1. сайт ноябрьского детско-юношеское информационного агентства «Кругозор» 2. сайт Департамента молодежной политики и туризма Ямало-Ненецкого автономного округа 3. сайт официальной приёмной Молодёжного правительства Ямало-Ненецкого автономного округа в социальной сети «ВКонтакте» 4. радиостанция «Новый Уренгой» 5. информационное агентство «СЕВЕРПРЕСС» 6. Ноябрьское телевизионное информационное агентство «МИГ» 7. Надымская студии телевидения 8. телестанция МБИУ «Северный ветер» (Салехард) 9. телестанция ЛАБЫТНАНГИ-ТВ 10. телерадиокомпания «Новый Уренгой – Импульс» 11. видеоканал «ТОО» (Салехард) 12. телерадиокомпания «Луч» (Тарко-Сале) 13. телерадиокомпания «Импульс Триа» 14. телерадиокомпания «Дельта» (Салехард) 15. «Радио-Ноябрьск», FM 103.0 16. РТРК «Новый Уренгой» 17. государственная телерадиокомпания «Вектор» (Губкинский) 18. радио DFM, FM 107.8, Ноябрьск
	онлайн 1. газет 2. газет 3. газет 4. газет 5. газет 6. наро 7. журн 8. газет 9. газет 10. газет

	19. телерадиостудия «Ноябрьскнефтегаз» 20. ВКСКорпорация «Сигма» (Надым) 21. государственное учреждение «Окружная государственная телевизионная и радиовещательная компания «Ямал-Регион» 22. сайт государственного учреждения «Центр развития интернет- коммуникаций» 23. телерадиокомпания «Муравленко-ТВ» 24. телекомпания «Альянс» 25. «Пуровская телерадиокомпания «ЛУЧ» 26. информационное агентство «Приуралье» 27. сайт «Средства массовой информации Тазовского района» 28. информационный портал «Новости нашего города. Ноябрьск.РФ»	
Процент выборки (%)	**73,7**	**26,3**

Целевое назначение	информационно-публицистические издания	издания, популяризирующие технику, иск расширяющие кругоз
	1. радиостанция «Новый Уренгой» 2. информационное агентство «СЕВЕРПРЕСС» 3. Ноябрьское телевизионное информационное агентство «МИГ» 4. Надымская студии телевидения 5. телестанция МБИУ «Северный ветер» (Салехард) 6. телестанция ЛАБЫТНАНГИ-ТВ 7. телерадиокомпания «Новый Уренгой – Импульс» 8. видеоканал «ТОО» (Салехард) 9. телерадиокомпания «Луч» (Тарко-Сале) 10. телерадиокомпания «Импульс Триа» 11. телерадиокомпания «Дельта» (Салехард) 12. «Радио-Ноябрьск», FM 103.0 13. РТРК «Новый Уренгой» 14. государственная	1. сайт ноябрьского юношеское информационного агентства «Кругозо 2. сайт Департ молодежной поли туризма Ненецкого автон округа 3. сайт офици приёмной Молод правительства Ненецкого автон округа в социальн «ВКонтакте» (https://vk.com/mp_ 4. сайт государств учреждения развития интерн коммуникаций»

	телерадиокомпания «Вектор» (Губкинский) 15. радио DFM, FM 107.8, Ноябрьск 16. телерадиостудия «Ноябрьскнефтегаз» 17. ВКСКорпорация «Сигма» (Надым) 18. газета «Северная вахта» (Ноябрьск) 19. газета «Копейка в N-ске» 20. газета «Красный север» (Ноябрьск) 21. газета «Наш город» 22. газета «Слово нефтяника» 23. журнал «Ямальский меридиан» 24. газета «Няръяна Нгэрм» 25. государственное учреждение «Окружная государственная телевизионная и радиовещательная компания «Ямал-Регион» 26. газета «Полярный круг» 27. телерадиокомпания «Муравленко-ТВ» 28. телекомпания «Альянс» 29. газета «Северный край» 30. «Пуровская телерадиокомпания «ЛУЧ» 31. информационное агентство «Приуралье» 32. сайт «Средства массовой информации Тазовского района» 33. информационный портал «Новости нашего города. Ноябрьск.РФ»	
Процент выборки (%)	**86,8**	**10,5**
Молодежная субкультура	1. сайт ноябрьского детско-юношеское информационного 2. сайт Департамента молодежной политики и туризма Я сайт официальной приёмной Молодёжного правительства социальной сети «ВКонтакте»	
Процент выборки (%)	**5,3**	
Принадлежность к организации	1. сайт государственного учреждения «Центр развития инте 2. сайт Департамента молодежной политики и туризма Ямал	

Процент выборки (%)	**5,3**

Таблица 5

Регион УрФО	Курганская область	
Номинации	издания для детей молодежи	издания, ко
Объект или субъект воздействия	1. газета «Курган и курганцы» 2. детский журнал «Солнышко для друзей» 3. детский журнал «Нафаня» 4. детский журнал «Курган» 5. детский журнал «3/9 царство в Кургане» 6. детский журнал «Кот Васька» 7. детский журнал «Индийская деревня» 8. портал молодежного парламентаризма Курганской области 9. молодёжная газета «ГАЗЕТАБВК.РФ» 10. сайт ГАЗЕТАБВК.РФ 11. портал «Молодёжный проспект Зауралья» 12. информационный портал «ZAURAL ONLINE»	1. Шадрин агентств 2. *газета* юношес 3. газета « молодёж 4. «Газет молодёж ВЕК») 5. газета музыкал 6. газета «Л и электр 7. газета Курган) 8. газета « общеобр 9. газета общеобр 10. видеосту областно 11. сайт *МБ* общеобр 12. газета «С средняя **13.** сайт сельскох Мальцев
Процент выборки (%)	48	52
Возрастная категория	для юношества	для детей
	1. газета «Курган и курганцы» 2. Шадринское информационное молодёжное пресс-агентство «Будь в курсе» 3. газета «КМДшное чтиво» (Курганское	1. газета юношес 2. газета Курган)

	областное молодёжное общественное движение «Ступени») 4. «Газета «Твоя и Моя» (Курганская областная молодёжная общественная организация «XXI ВЕК») 5. газета «Музыкальный меридиан» (Курганский музыкальный колледж) 6. газета «БЭМ» (Петуховский техникум механизации и электрификации сельского хозяйства) 7. сайт Курганской государственной сельскохозяйственной академии имени Т.С. Мальцева 8. портал молодежного парламентаризма Курганской области 9. молодёжная газета «ГАЗЕТАБВК.РФ» 10. сайт ГАЗЕТАБВК.РФ 11. портал «Молодёжный проспект Зауралья» 12. информационный портал «ZAURAL ONLINE»	3. газета « общеобр 4. газета общеобр 5. видеосту областно 6. сайт МБ общеобр 7. газета « средняя 8. детский 9. детский 10. детский 11. детский 12. детский **13.** детский
Процент выборки (%)	48	52
Электронное или печатное СМИ	электронное СМИ	печатное С
	1. портал молодежного парламентаризма Курганской области 2. сайт ГАЗЕТАБВК.РФ 3. портал «Молодёжный проспект Зауралья» 4. информационный портал «ZAURAL ONLINE» 5. Шадринское информационное молодёжное пресс-агентство «Будь в курсе» 6. видеостудия «КОЛИДОД-ТВ» (Курганский областной лицей-интернат для одарённых детей) 7. сайт MED45VED.UCOZ.RU (Медведская основная общеобразовательная школа, Щучанский район) 8. сайт Курганской государственной сельскохозяйственной академии имени Т.С. Мальцева	1. газета « 2. детский 3. детский 4. детский 5. детский 6. детский 7. детский 8. газета юношес 9. молодёж 10. газета « молодёж 11. «Газет молодёж ВЕК») 12. газета музыкал 13. газета « и электр 14. газета Курган)

		15. газета « общеобр 16. газета общеобр 17. газета « средняя
Процент выборки (%)	32	68
Принадлежность к месту нахождения СМИ	1. портал молодежного парламентаризма Курганской област 2. портал «Молодёжный проспект Зауралья» 3. информационный портал «ZAURAL ONLINE» 4. сайт Курганской государственной сельскохозяйственной а 5. газета «Курган и курганцы» 6. детский журнал «3/9 царство в Кургане»	
Процент выборки (%)	24	
Принципы размещения в интернете	собственно сетевые издания	онлайновы
	1. портал молодежного парламентаризма Курганской области 2. сайт ГАЗЕТАБВК.РФ 3. портал «Молодёжный проспект Зауралья» 4. информационный портал «ZAURAL ONLINE» 5. Шадринское информационное молодёжное пресс-агентство «Будь в курсе» 6. видеостудия «КОЛИДОД-ТВ» (Курганский областной лицей-интернат для одарённых детей) 7. сайт MED45VED.UCOZ.RU (Медведская основная общеобразовательная школа, Щучанский район) 8. сайт Курганской государственной сельскохозяйственной академии имени Т.С. Мальцева	1. газета « 2. газета юношес 3. молодёж 4. газета « молодёж 5. «Газет молодёж ВЕК») 6. газета музыкал
Процент выборки (%)	57	42,9
Целевое назначение	информационно-публицистические издания	издания, популяризирующие науку, технику, искусство, расширяющие кругозор
	1. газета «Курган и курганцы» 2. портал молодежного	1. сайт Курганской государственной

	парламентаризма Курганской области 3. молодёжная газета «ГАЗЕТАБВК.РФ» 4. сайт ГАЗЕТАБВК.РФ 5. портал «Молодёжный проспект Зауралья» 6. информационный портал «ZAURAL ONLINE» 7. Шадринское информационное молодёжное пресс-агентство «Будь в курсе» 8. газета «МИГ» (Шадринский Дом детства и юношества) 9. газета «КМДшное чтиво» (Курганское областное молодёжное общественное движение «Ступени») 10. «Газета «Твоя и Моя» (Курганская областная молодёжная общественная организация «XXI ВЕК») 11. газета «Музыкальный меридиан» (Курганский музыкальный колледж) 12. газета «БЭМ» (Петуховский техникум механизации и электрификации сельского хозяйства) 13. газета «Простые истины» (гимназия №19, г. Курган) 14. газета «Школьный перезвон» (Мехонская средняя общеобразовательная школа, Шатровский район) 15. газета «Для тебя и для меня» (Средняя общеобразовательная школа №52, г. Курган) 16. видеостудия «КОЛИДОД-ТВ» (Курганский областной лицей-интернат для одарённых детей)	сельскохозяйственной академии имени Т.С. Мальцева

	17. сайт MED45VED.UCOZ.RU (Медведская основная общеобразовательная школа, Щучанский район) 18. газета «От переменки к переменке» (Шатровская средняя общеобразовательная школа)		
Процент выборки (%)	72	4	-
Молодежная субкультура	1. портал молодежного парламентаризма Курганской област 2. молодёжная газета «ГАЗЕТАБВК.РФ» 3. Шадринское информационное молодёжное пресс-агентст 4. газета «МИГ» (Шадринский Дом детства и юношества) 5. газета «КМДшное чтиво» (Курганское областное молодёж 6. «Газета «Твоя и Моя» (Курганская областная молодёжна 7. газета «Музыкальный меридиан» (Курганский музыкальн 8. газета «БЭМ» (Петуховский техникум механизации и эле 9. газета «Простые истины» (гимназия №19, г. Курган) 10. газета «Школьный перезвон» (Мехонская средняя общеоб 11. газета «Для тебя и для меня» (Средняя общеобразовательн 12. видеостудия «КОЛИДОД-ТВ» (Курганский областной ли 13. сайт MED45VED.UCOZ.RU (Медведская основная общео 14. газета «От переменки к переменке» (Шатровская средняя		
Процент выборки (%)	56		
Принадлежность к организации	1. портал молодежного парламентаризма Курганской област 2. портал «Молодёжный проспект Зауралья» 3. газета «Школьный перезвон» (Мехонская средняя общеоб 4. сайт Курганской государственной сельскохозяйственной		
Процент выборки (%)	16		

Таблица 6

Регион УрФО	Ханты-Мансийский автономный округ	
Номинации	издания для молодежи	издания, ко
Объект или субъект	**1.** сайт пресс-центра Ассоциации детских и	1. современ

воздействия	молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа **2.** журнал «Читаем. Учимся. Играем.» **3.** сайт пресс-центра Югорской шахматной академии **4.** информационный портал Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа **5.** информационное агентство «Мангазея» **6.** интернет-газета «ЮграИнформ» **7.** газета «Ханты Ясанг» **8.** газета «Луима Сэрипос» **9.** «Окружная телерадиокомпания «Югра» **10.** всероссийская телевизионная и радиовещательная компания «ГТРК «Югория» **11.** газета «Новости Югры» **12.** газета «Сургутская трибуна» **13.** газета Вестник Приобья» **14.** газета «Местное время» **15.** информационное агентство «Югра-Информ» **16.** информационное агентство «Интерфакс-Югра» **17.** информационное агентство «СИА-ПРЕСС» **18.** портал «Рекламотека просемейной социальной рекламы» (Городская общественная организация «Культпроект. НижнеАртовск» г. Нижневартовск.) **19.** «Молодежный библиопортал» (ЦБС г. Нефтеюганска) **20.** сайт «Центр технических видов спорта»	2. молодеж 3. сайт Ко Мансийс 4. сайт информа 5. сайт « Новоага 6. портал 7. молодеж простра 8. сайт «М Ханты- 9. газета «
Процент выборки (%)	**69**	**31**
Возрастная категория	для юношества	для детей
	1. сайт пресс-центра Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа 2. современный портал Ханты-Мансийска «4geo.ru» 3. молодежный портал Югры 4. сайт Комитета по молодежной политике Ханты – Мансийского автономного округа – Югры 5. сайт «Новоаганского молодежного	1. газет 2. журн 3. сайт акаде 4. сайт

	информационного центра» 6. сайт «Молодежный центр «Перекресток» (п. Новоаганск) 7. портал «*Мир ИНФО*» 8. молодежный портал «Единое информационное пространство для молодежи г. Нижневартовска» 9. сайт «Молодежный информационный центр города Ханты- Мансийска» 10. информационный портал Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа 11. информационное агентство «Мангазея» 12. интернет-газета «ЮграИнформ» 13. газета «Ханты Ясанг» 14. газета «Луима Сэрипос» 15. «Окружная телерадиокомпания «Югра» 16. всероссийская телевизионная и радиовещательная компания «ГТРК «Югория» 17. газета «Новости Югры» 18. газета «Сургутская трибуна» 19. газета Вестник Приобья» 20. газета «Местное время» 21. информационное агентство «Югра-Информ» 22. информационное агентство «Интерфакс-Югра» 23. информационное агентство «СИА-ПРЕСС» 24. портал «Рекламотека просемейной социальной рекламы» (Городская общественная организация «Культпроект. НижнеАртовск» г. Нижневартовск.) 25. «Молодежный библиопортал» (ЦБС г. Нефтеюганска)	
Процент выборки (%)	**86,2**	**13,8**
Электронное или печатное СМИ	электронное СМИ	печатное С
	1. сайт пресс-центра Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа 2. современный портал Ханты-Мансийска «4geo.ru» 3. молодежный портал Югры 4. сайт Комитета по молодежной политике	1. газета « 2. журнал 3. газета « 4. газета « 5. газета « 6. газета « 7. газета В

	Ханты – Мансийского автономного округа – Югры 5. сайт «Новоаганского молодежного информационного центра» 6. сайт пресс-центра Югорской шахматной академии 7. сайт «Центр технических видов спорта» 8. сайт «Молодежный центр «Перекресток» (п. Новоаганск) 9. портал «Мир ИНФО» 10. молодежный портал «Единое информационное пространство для молодежи г. Нижневартовска» 11. сайт «Молодежный информационный центр города Ханты- Мансийска» 12. информационный портал Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа 13. информационное агентство «Мангазея» 14. интернет-газета «ЮграИнформ» 15. «Окружная телерадиокомпания «Югра» 16. всероссийская телевизионная и радиовещательная компания «ГТРК «Югория» 17. информационное агентство «Югра-Информ» 18. информационное агентство «Интерфакс-Югра» 19. информационное агентство «СИА-ПРЕСС» 20. портал «Рекламотека просемейной социальной рекламы» (Городская общественная организация «Культпроект. НижнеАртовск» г. Нижневартовск.) 21. «Молодежный библиопортал» (ЦБС г. Нефтеюганска)	8. газета «Н
Процент выборки (%)	**72,4**	**27,6**
Принадлежность к месту нахождения СМИ	**1.** сайт пресс-центра Ассоциации детских и молоде автономного округа 2. молодежный портал Югры 3. сайт Комитета по молодежной политике Ханты – Мансий 4. сайт «Новоаганского молодежного информационного цен 5. сайт пресс-центра Югорской шахматной академии 6. молодежный портал «Единое информационное пространс 7. сайт «Молодежный информационный центр города Ханты	

	8. информационный портал Департамента образования и м автономного округа 9. интернет-газета «ЮграИнформ» 10. «Окружная телерадиокомпания «Югра» 11. всероссийская телевизионная и радиовещательная компан 12. информационное агентство «Югра-Информ» 13. информационное агентство «Интерфакс-Югра» 14. газета «Ханты Ясанг» 15. газета «Луима Сэрипос» 16. газета «Новости Югры» 17. газета «Сургутская трибуна» 18. газета Вестник Приобья»	
Процент выборки (%)	**62**	
Принципы размещения в интернете	собственно сетевые издания	онлайновы
	1. сайт пресс-центра Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа 2. современный портал Ханты-Мансийска «4geo.ru» 3. молодежный портал Югры 4. сайт Комитета по молодежной политике Ханты – Мансийского автономного округа – Югры 5. сайт «Новоаганского молодежного информационного центра» 6. сайт пресс-центра Югорской шахматной академии 7. сайт «Центр технических видов спорта» 8. сайт «Молодежный центр «Перекресток» (п. Новоаганск) 9. портал «Мир ИНФО» 10. молодежный портал «Единое информационное пространство для молодежи г. Нижневартовска» 11. сайт «Молодежный информационный центр города Ханты- Мансийска» 12. информационный портал Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа 13. информационное агентство «Мангазея» 14. интернет-газета «ЮграИнформ» 15. «Окружная телерадиокомпания «Югра» 16. всероссийская телевизионная и радиовещательная компания «ГТРК «Югория»	1. газета « 2. газета « 3. газета В 4. газета «

	17. информационное агентство «Югра-Информ» 18. информационное агентство «Интерфакс-Югра» 19. информационное агентство «СИА-ПРЕСС» 20. портал «Рекламотека просемейной социальной рекламы» (Городская общественная организация «Культпроект. НижнеАртовск» г. Нижневартовск.) 21. «Молодежный библиопортал» (ЦБС г. Нефтеюганска)		
Процент выборки (%)	**84**		**16**
Целевое назначение	информационно-публицистические издания	издания, популяризирующие науку, технику, искусство, расширяющие кругозор	нау уче мет
	1. сайт пресс-центра Ассоциации детских и молодежных объединений Ханты-Мансийского автономного округа 2. информационный портал Департамента образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа 3. информационное агентство «Мангазея» 4. интернет-газета «ЮграИнформ» 5. газета «Ханты Ясанг» 6. газета «Луима Сэрипос» 7. «Окружная телерадиокомпания «Югра» 8. всероссийская телевизионная и радиовещательная компания «ГТРК «Югория» 9. газета «Новости Югры»	1. портал «Рекламотека просемейной социальной рекламы» (Городская общественная организация «Культпроект. НижнеАртовск» г. Нижневартовск.) 2. «Молодежный библиопортал» (ЦБС г. Нефтеюганска) 3. сайт «Центр технических видов спорта	**1.** ж У **2.** с Ю ш

	10. газета «Сургутская трибуна» 11. газета «Вестник Приобья» 12. газета «Местное время» 13. информационное агентство «Югра-Информ» 14. информационное агентство «Интерфакс-Югра» 15. информационное агентство «СИА-ПРЕСС» 16. современный портал Ханты-Мансийска «4geo.ru» 17. молодежный портал Югры 18. сайт Комитета по молодежной политике Ханты – Мансийского автономного округа – Югры 19. сайт «Новоаганского молодежного информационного центра» 20. сайт «Молодежный центр «Перекресток» (п. Новоаганск) 21. портал «Мир ИНФО» 22. молодежный портал «Единое информационное пространство для молодежи г. Нижневартовска» 23. сайт «Молодежный информационный центр города Ханты-Мансийска» 24. газета «Школьный вестник»		

Процент выборки (%)	**82,8**	**10,3**	**6,9**
Молодежная субкультура	**1.** сайт пресс-центра Ассоциации детских и молоде автономного округа 2. современный портал Ханты-Мансийска «4geo.ru» 3. молодежный портал Югры 4. сайт Комитета по молодежной политике Ханты – Мансий 5. сайт «Новоаганского молодежного информационного цен 6. сайт «Молодежный центр «Перекресток» (п. Новоаганск) 7. портал «Мир ИНФО» 8. молодежный портал «Единое информационное пространс 9. сайт «Молодежный информационный центр города Ханты 10. газета «Школьный вестник»		
Процент выборки (%)	**34,5**		
Принадлежность к организации	**1.** сайт пресс-центра Ассоциации детских и молоде автономного округа **2.** сайт пресс-центра Югорской шахматной академии 3. информационный портал Департамента образования и м автономного округа 4. всероссийская телевизионная и радиовещательная компан 5. сайт «Центр технических видов спорта» 6. сайт Комитета по молодежной политике Ханты – Мансий 7. сайт «Новоаганского молодежного информационного цен 8. сайт «Молодежный центр «Перекресток» (п. Новоаганск) 9. сайт «Молодежный информационный центр города Ханты 10. газета «Школьный вестник»		
Процент выборки (%)	**34,5**		

Типология детских и юношеских СМИ УрФО по принципам номинации

Классификационные принципы	СМИ по УрФО	Материальный субстрат

номинаций		(Газета, портал, сайт)
1. Название может содержать указание,кто является субъектом этого СМИ	юные журналисты Челябинской области «Читай и Пиши» газета ТИНэйджеров «ТиН»: Твоя и Наша «От семнадцати и младше» «От 7 до 17»,	Интернет-сеть Бумага Бумага Бумага
2. Название может содержать указание -молодежь является объектом его воздействия	«Катавёнок», «Молодежка» (приложение к газете «Магнезитовец	Бумага Бумага
3.Название может содержать указание на возраст	От семнадцати и младше» первая семейная газета для школьников и понимающих их взрослых, «От 7 до 17», Юнкор и К», литературный журнал для всей семьи с ребенком «Добрый малый» газета Тюменские непоседы», «Первый студенческий»	Бумага Бумага бумага газета Бумага Интернет-сеть
4.Название может не содержать указание на возраст, но	«Газета «Твоя и Моя» (Курганская областная». Газета «Для тебя и для меня» (Сош №52, г. Курган).	Бумага Бумага

подразумевать адресата	Альманах для семейного чтения Детская». газета «Я и МЫ» (Центр детских средств массовой информации Копейска)» журнал «Шпаргалка для родителей...»	Бумага Бумага Бумага
5.Название может содержать указание на природное явление или животных и тд.	«Любимый жук» Ежик» «Кот Васька» «Подорожник, «Луима Сэрипос» - свет утренней зари.- (с манс.) , «Стрижи», «Созвездие»	Журнал журнал журнал журнал газета интернет-сеть газета
6.Название может указывать на одну из форм приветствий, обращений	Миасская газета для подростков «Привет», областная газета для детей и подростков «Здравствуйте», детская спортивная газета «Физкульт-привет!» «Мама, я живой!»	газета газета газета журнал
7.Название может содержать указание на дату или обозначение времени	молодежная газета «Наше время», приложение к областной газете для детей и подростков Новая эра», «Free тайм», «Местное время»,	газета газета журнал о свободном времени

	«Суббота-14-е», информационное агентство «Накануне.ru» «Тихая минутка»	газета газета интернет-сеть газета
8.Название может содержать указание на определенные моменты из школьной жизни	информационно-познавательная газета «Школьная жизнь», «Школьный вестник, газета «От переменки к переменке» газета «Простые истины» (гимназия №19, г. Курган)» газета Переменка», газета «Школьный компас» газета «Школьный перезвон» (Мехонская СОШ, Шатровский район) газета Школьный БУМ»	газета Бумага Бумага Бумага Бумага бумага бумага бумага бумага
9. Название может содержать указание на определенную географическую местность	журнал «Курган», газета «Курган и курганцы» «3/9 царство в Кургане», «Мангазея». «Окружная телерадиокомпания «Югра» компания «ГТРК «Югория» современный портал Ханты-Мансийска «4geo.ru» «Зауралье».	Журнал Газета Интернет-сеть радиоволна

	ГТРК «Южный Урал» Народный журнал «Северяне» ЛАБЫТНАНГИ-ТВ	
1Содержать указание на героя мультфильма	Нафаня «Розовый слон» Летучий кораблик»	журнал газета журнал
11.Название может указывать на источник информационного начала	интернет-газета «ЮграИнформ», газета Вестник Приобья»» . портал «Мир ИНФО», «Сургутская трибуна» «Ямальский меридиан»» ,газета Тюменский курьер», информационное агентство «Тюменская линия» газета «Полярный круг» журнал «Известия Уральского федерального университета» информационный портал «tumix.новости»», информационный портал «vesti72.ru», сайт MED45VED.UCOZ.RU (Медведская основная общеобразовательная школа, Щучанский район), газета «Вестник ЧелГУ» ,журнал «Известия Уральского федерального университета»	газета газета газета журнал газета газета газета журнал интернет-сеть интернет-сеть

	информационное агентство «Интерфакс-Югра», молодежный портал «Единое информационное пространство» для молодежи г. Нижневартовска	
12.Название может указывать на топоним	«Тюмень» Южноуральская панорама» Урал» радиоканал «Юргинская волна» информационное агентство «Приуралье» . «Северный край» телестанция МБИУ «Северный ветер» (Салехард)» телерадиостудия«Ноябрьскнефтегаз » РТРК «Новый Уренгой» «Вечерний Екатеринбург» «Северный край» «Планета 35»» - лицей №35 (г. Челябинск), «Вечерний Челябинск» государственная телевизионная и радиовещательная компания «Ямал-Регион» портал «Молодёжный проспект Зауралья» информационный портал «ZAURAL ONLINE»	Газета Газета Журнал Радиоволна Интернет-сеть Газета Радиоволна Радиоволна Радиоволна Газета Газета Журнал Газета Радиоволна Интернет-сеть Интернет-сеть
13Антропонимы	«Муравленко-ТВ	Телерадиокомпани

	«Кузюки – next»	я газета
14Экспрессивную функцию	ежемесячный для детей и подростков «Мой драйв» детская страничка «Настроешка» «Шумок» «Пёстрый мир»	журнал газета газета
15.Буквы греческого алфавита	«Сигма», «Дельта»	Интернет-сеть радиоволна
16.Использование иноязычных слов	«Vis-a-vis - Лицом друг к другу» - «ИнтерMEDIA» газета «МЕДИА-КЛАБ» интернет – издание «NewsProm.Ru» информационный портал «ZAURAL ONLINE». газета «То4ка Зрения», информационный портал «Без формата.ru»	Газета Газета Газета Интернет Интернет газета газета Интернет-сеть
17. Метафорические признаки	Коелгинская детская газета «Радуга» «Апельсинка» газета «Красный север» (Ноябрьск)», Волшебный фонарь», «Витаминка»	Газета Газета Газета Журнал Журнал Журнал

	«Солнышко для друзей». журнал «Индийская деревня» молодежная газета «Ламп@» сайт «Молодежный центр «Перекресток» (п. Новоаганск) , радиостудия Мозаика». газета «Калейдоскоп» газета «Второй носок» газета «Стрекоза»	Журнал Газета Интернет-сеть Радиоволна Газета газета газета
18.Названия, несущие нейтральную функцию:	«Боливар» телевизионная студия «Классика», «Литературный квартал» «Северная вахта» (Ноябрьск)» «Музыкальный меридиан» сайт ноябрьского детско-юношеское информационного агентства «Кругозор» телекомпания «Альянс» региональный портал «Nash Gorod.ru» газета Призыв», Информационное агентство Актуально», газета «Мы то, что ты так долго искал». интернет-газета «Вслух.ru Слово нефтяника» телерадиокомпания «Импульс	Газета Радиоволна Журнал Газета Газета интернет Газета Интернет-сеть газета Интернет-сеть Газета Газета газета

	Триа», ГТРК «Вектор» (Губкинский)» Наш манифест»	радиоволна радиоволна газета
19.Название может указывать на аббревиатуры	«Бум»- Будни- Усть-Катавской молодежи, «Шок» -Школьным Оком, «ПиФ»-Просто интересные Факты	газета газета газета

Глава 2.1 Анализ названий детско-юношеских изданий по региональному признаку.Челябинской области.

Одной из важной составляющей частью культурного и образовательного процесса являются СМИ. Невозможно представить жизнь современного человека без участия в ней СМИ. К СМИ относятся пресса, массовые справочники, радио, телевидение, кино- и звукозапись, видеозапись. В последние десятилетия средства коммуникации претерпевают существенные изменения вследствие распространения спутниковой связи, кабельного радио и телевидения, электронных текстовых коммуникационных систем (видео-, экранных и кабельных текстов), а также индивидуальных средств накопления и печатания информации (кассет, дискет, дисков, принтеров).СМИ обладают различными возможностями и силой воздействия, которые зависят прежде всего от способа их восприятия реципиентами. Наиболее массовое и сильное политическое влияние оказывают аудиовизуальные СМИ и прежде всего радио и телевидение.СМИ имеют следующие признаки- массовость (Применительно к законодательству Российской Федерации, 1000 и более экземпляров для газет, журналов и рассылок);- периодичность, которая не должна быть меньше одного раза в год;- Принудительность: один источник сигнала (вещатель, редакция) — много слушателей.СМИ — это совокупность таких субъектов журналисткой деятельности, как:- печать: газеты, журналы, альманахи, сборники, бюллетени;- телерадиовещание: радио, телевидение, кинопрограммы, видеопрограммы;- цифровые издания: электронные версии газет, изданий.

Общение с газетой начинается именно с названия. Также выявление специфики газетного названия имеет значение для нормализации номинативного процесса в этой области (Кравец.Т.И.Называние газеты: ономасиологический и). стилистический аспекты:дисс.канд.филол.наук.-Екатеринбург,2002.

Называние газеты – это процесс создания имени еще не названного предмета, то есть номинация - имятворчество. По отношению к языку - это первичная номинация. Исключение составляет повторное наименование газеты – смена названий. Новое «имя» ранее названной газеты представляет собой вторичную номинацию. В общем количестве газетных названий доля вторичных «имен» очень мала, так что можно говорить о газетном названии как о первичной номинации. Данная номинация относится к разряду искусственных номинаций. Свойства газетного издания определяют процесс, номинации по признаку: любая отличительная черта может стать мотивировочным признаком.

Выделение мотивировочного признака тесно связано со структурно-семантическими особенностями названий: они могут быть простыми - однословными и сложными - многословными участвующие компоненты могут иметь различное значение - определять общее понятие о предмете или индивидуализирующую семантику.

Опираясь на опыт нашего университета, медиаобразование имеет свою реализацию в частности, труды И.А. Фатеевой. В нашем исследовании мы проанализируем следующие названия детско-юношеских изданий Челябинской области:

1.«ТиН-газета»

2. "Переменка" – газета

3 "Пёстрый мир"- газета

4. "То4ка Зрения" - газета

5. "Школьный компас"- газета

6. "Шумок"- газета

7. "ЮНКОР и К°"- газета

8. «Vis-a-vis - Лицом друг к другу»- газета

9. «ИнтерMEDIA» -газета

10. «Калейдоскоп»- газета

11. «Лампа» - газета

12. «МЕДИА-КЛАБ»- газета

13. «МолодЁжка» - газета

14. «Наше время»- газета

15. «Радуга» - газета

16. «Стрекоза» - газета

17. «Читай и Пиши» - газета

18.Детская страница "Школьный БУМ" газеты "Знамя Октября"

19.Детская страница «ПиФ» газеты «Жизнь района»

20.Детская страничка «Настроешка»

21.Детско-юношеская газета «БУМ»

22. «Планета 35» -журнал

23. «Мама, я живой!»- журнал

24. "Кузюки – next"- молодежная газета

25.Молодежная страничка «СМС» газеты «Магнитогорский рабочий»

26 «МОЗАИКА» - радиопередача

27. «Школьным Оком» - газета

28. «Классика» -Телестудия

29 «Парадокс» Телестудия

30.Центр детских средств массовой информации Копейска «Я и МЫ»

31. «Вперед»- газета Троицка и Троицкого района

32.»Все Лучшее Детям» - журнал Челябинска

33.Стержень» - журнал Южного Урала

34.»Вместе» - газета г.Миньяр

35.»Апельсинка» – журнал Челябинска и Сосновского р-на

36.»Нафаня» - журнал

37. «Здравствуйте» - газета

38.»Молодежка» - газета

39. «От 7 до 17»-газета

40. «От семнадцати и младше» - газета

41. «Привет» - газета

42. «Радуга»- газета
43.»Детки-74» -газета.

2.1.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: - нумеративные словосочетания « Планета 35»; «От 7 до 17», « От семнадцати и младше»

названия, мотивированные номинациями лиц:

а) отадресантные (осуществляется перенос наименования с номинации исполнителя услуги на имя объекта): «Я и Мы»

- «Детки-74» идет прямое указание на возраст + регион = нумеративное словосочетание.

«Юнкор ик» - первая часть называет себя ,+ последний элемент является сокращенной до одного звука лексемы «компания».
б) отадресатные:

-именование по роду деятельности лица:

Безóбразной онимизации противостоит образная в двух разновидностях: с проявлением «первичной» образности имени нарицательного (О.И. Блинова, 1983) и образно-метафорическая. Образная неметафорическая онимизация, основанная на первичной образности, соединяется с переносом на основании смежности объектов и явлений, вовлеченных в одну ситуацию, например, яркие образы мира.

Ассоциативно-образные названия нередко бывают стилистически окрашенными.

Образная-метафорическая онимизация – процесс, лежащий в основе образования таких наименований. Особое внимание в исследовании

уделяется анализу названий, созданных на основе синкретизма метафоры и метонимии, например, газета «Стрекоза», такая же быстрая и летучая; цветная , как «Радуга»; яркая, как «Апельсинка»; пишущий , как «Стержень»,освещающая, как «Лампа»; стремительно крутящийся , как «Калейдоскоп».

Большой пласт названий представлен номинациями, которые являются результатом трансонимизации (перехода имени собственного из одного разряда в другой). Трансонимизация может быть простой: как, например, «Нафаня».

«МолодЁжка» – способ языковой игры: контаминация а)графическая игра.

2.2.Структурно-семантический способ.

Названия СМИ, созданные при помощи собственно словообразования, позволил выделить следующие принципиально разные процессы образования: композицию, аффиксацию, субстантивацию и номинализацию синтаксических единиц. (13).

«ИнтерMEDIA».

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

Газета «Медиа-клаб».

Композитные онимы представлены составными наименованиями : («МЕДИА-КЛАБ» бóльшая часть – это образования с первой несклоняемой иноязычной частью: «медиа» с английского языка - средства массовой информации.Клаб- клуб.

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», «Пестрый мир» , «Здравствуйте», «Привет».
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.

Анализ структурно-семантической модели позволил выделить следующие группы:

– метафорический и метонимический перенос (в одно-, дву- и многословных названиях) (газета «Пёстрый мир»);

– сложение основ (в однословных названиях) (Пример:газета «ИнтерMEDIA»; газета «МЕДИА-КЛАБ.

Исследование компонентов современных названий юношеских и детских СМИ Челябинской области показало, что в основном используются одни и те же родовые термины: Лампа, Радуга, Стрекоза, Калейдоскоп, Переменка. Однако встречаются названия, характерные именно для нашего современного периода – ИнтерMEDIA, МЕДИА-КЛАБ, То4ка Зрения и т.д. На названиях газет активно используются следующие модели:

1. Сложение основ: ИнтерMEDIA.

2. Предложения с диалоговой семантикой: Мама, я живой!

3. В составе названий участвуют родовые термины, имеющие значение «информация»: «Наши вести».

Типы номинаций газетных изданий:

1.Основанные на признаках

информации: газета «МЕДИА-КЛАБ»;газета «ИнтерMEDIA» и т.д.

2. темы: Мама, я живой! Газета «Пёстрый мир» и т.д.

3. места / времени: Школьная актуальная газета «Шаг», газета «Переменка» и т.д.

4. признак, отражающий метареферентную ситуацию: Детская страничка «Настроешка», газета «Шумок», Детско-юношеская газета «БУМ» и т.д.

Смысловые оттенки признаков наименований:

– тематический признак отличается стремлением к нейтральной лексике. Примеры:

Газета «Радуга».

Газета «Лампа».

Газета «Стрекоза».

Газета «Переменка».

Газета «Калейдоскоп».

-признак, отражающий метареферентную ситуацию характеризуется разнообразием приемов выражения (кроме рационалистической оценки активно используются эстетическая, эмоциональная оценки, «модные» слова и др.), например: Газета «МолодЁжка»

Газета «ИнтерMEDIA»

Молодежная страничка «СМС» газеты «Магнитогорский рабочий»

Детская страничка «Настроешка»

Газета «МЕДИА-КЛАБ»

Газета «Vis-a-vis - Лицом друг к другу»

Газета «Шумок»

Газета «То4ка Зрения»

Детская страница «ПиФ» газеты «Жизнь района».

- При использовании нескольких признаков имеет место широкий диапазон их сочетаемости, например:

Газета «Пёстрый мир».

Молодежная газета «Кузюки – next».

Детская страница «Школьный БУМ» газеты «Знамя Октября».

Таким образом, обобщая сказанное,можно выделить следующие основные результаты исследования проблемы названия детско-юношеских СМИ Челябинской области.

Вывод:

Приведенные выше классификации позволили сделать вывод, что большинство взяты из языка в том виде, в котором они существовали ранее. Таким образом, нарицательные имена становятся собственными, а имена собственные подвергаются трансонимизации .

К собственно словообразовательным категориям относятся морфемная деривация, аббревиация и языковая игра (контаминация, гендиадис).Из проведенного нами структурно-семантического анализа следует, что большой популярностью у имядателей пользуются названия , образованные с помощью аббревиации, контаминации, семантической онимизации

заимствования. Языковая игра и семантическая онимизация выигрывают за счет своей необычности, привлекательности, оригинальности. Они не остаются незамеченными и несут в себе рекламную функцию и функцию воздействия на реципиента. Аббревиация в основном используется для сокращения названий. В качестве рекламных наименований используется особая разновидность аббревиации. Что касается морфемной деривации, этот способ является немного усложненным как для образования, так и для восприятия. Непродуктивные суффиксы не всегда приносят желаемый эффект. Такие строятся на основании существующих слов с добавлением приставок или суффиксов.

Образованные с помощью языковой игры, аббревиации, семантической онимизации и заимствования.

Подводя краткий итог данному разделу, можно сделать следующие выводы:

1.Названия периодики, безусловно, сохраняют основные особенности, выделяющие единицы в системе языка в особый класс слов : они являются идентифицирующими обозначениями единичных объектов,т.е. обозначают «класс предметов, состоящий из одного элемента и не имеют множественного числа в обычном смысле этого слова.

2.Как и любой знак в языковой системе, а имя собственное в особенности, подвержено сильному влиянию экстралингвистических факторов: изменению социальных приоритетов, моды, вкуса, т.е. изменению общественной ментальности.

3.Особенно очевидно сходство с онимами трех типов: антропонимами в функциональном и культурологическом аспектах, топонимами с точки зрения мотивации выбора.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Мы можем сказать, что нами решены озвученные выше основные задачи, а именно: собраны и систематизированы краткие, разрозненные сведения об истории возникновения имени собственного в теории номинации. Безусловно, приведенная в нашей работе информация не может претендовать на высокую детальность и проработанность темы. Но в том и заключается научная новизна работы, что до нас очень небольшое число исследователей, которые интересовались данной проблемой. Мы считаем, что несмотря на поверхностный анализ темы, ввиду, недостаточности ее проработки до нас, мы сумели выполнить цель нашей дипломной работы, а именно: выявить ключевые моменты в развитии номинации; дать обзор детской и юношеской периодики означенного периода, систематизировать детские и юношеские издания.

Язык современных масс-медиа характеризуется новизной, неординарностью, креативностью. Ленты печатных изданий пестрят интересными, привлекающими внимание читателя названиями. Традиционно в современной лингвистике при описании лексических инноваций употребляются несколько близких по содержанию терминов: неологизмы, инновации.Они различаются внутренней формой, что, на наш взгляд, и предопределяет их судьбу.

Новые слова чрезвычайно интересны не только с точки зрения потенциальных возможностей языковой системы. Анализ такого языкового явления как составные наименования, которые отличаются исключительной семантической емкостью, позволяет выявить самые необходимые языковые потребности человека как «источника» новых слов.

Таким образом, проведя анализ названий детских и юношеских СМИ, можно сделать вывод о том, что языковые явления находятся в постоянном движении и изменении. Интенсивность этого движения не одинакова ни по времени, ни по обхвату языкового материала. Замена одних средств выражения другими может происходить и резко, и постепенно. Однако движется она в сторону унификации.

Решая задачи, поставленные в дипломной работе, мы обнаружили разнообразие и многочисленность молодежных СМИ, однако в этом сегменте существуют проблемы. Это проблема качества и аутентичности контента некоторых молодежных изданий и интернет-порталов, и проблема их «пожелтения». Студенты начинают читать издания, отвечающие их профессиональным интересам и потребностям. Часто это не молодежные СМИ, потому что немногие из них отражают в полном объеме текущие события и тренды. Есть и положительные тенденции. Всё большая роль уделяется не только содержанию, но и форме подачи материалов и общему оформлению СМИ. Степень интеграции контента СМИ в такие платформы, как ЖЖ, Twitter и социальные сети, возрастает, что позволяет привлекать новую аудиторию и строить с ней более конструктивный диалог.

В ходе работы над настоящим исследованием нами были проанализированы детские и молодежные средства массовой информации Уральского федерального округа. В процессе сбора и обработки материала для анализа нами были сделаны выводы об отсутствии в УрФО комплексного исследования такого важного и востребованного в современном обществе социального, культурного, образовательного, мотивационного явления как детские и молодежные средства массовой информации. В нашей курсовой работе мы также исследовали лишь часть этого понятия. Однако уже можно утверждать, что в текущем историческом моменте отсутствует комплексный подход к подготовке юных и начинающих журналистов. Это следует из анализа нормативных документов и информационных порталов. Еще один аспект – общий, очень средний уровень названий региональных и муниципальных СМИ в целом. Такой уникальный ресурс как детское и молодежное творчество никак не подкреплен методикой преподавания, развития языковых навыков, языкового вкуса.

В основе выделенных нами номинаций, лежат следующие признаки реалий: возраст, место дислокации, способ передачи данных, способ

воздействия на субъект, целевое назначение. В некоторых наименованиях заключено несколько признаков реалии.

Таким образом, проведя анализ названий детских и юношеских СМИ, можно сделать вывод о том, что языковые явления находятся в постоянном движении и изменении. Интенсивность этого движения не одинакова ни по времени, ни по обхвату языкового материала. Замена одних средств выражения другими может происходить и резко, и постепенно. Однако движется она в сторону унификации.