

4. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
5. Султанов А.Х. Слово и термин : пролегомены к философии имени : Монография / А.Х. Султанов. – М.: РУДЫ, 2007. – 207 с.
6. Табанакова В.Д. Понятие научно-технического термина и требования к его определению / В.Д. Табанакова // Термин и слово. Межвузовский сборник. – Горький : Изд-во ГГН, 1982. – С. 24–28.
7. Татаринов В.А. Теория терминоведения. Теория термина : История и современное состояние / В.А. Татаринов. – М. : Московский лицей, 1996. – 311 с.
8. Циткина Ф.А. Терминология и перевод (К основам сопоставительного исследования) / Ф.А. Циткина. – Львов : Высшая школа, 1989. – 157 с.

**Світлана Шкварчук
(Чернівці)**

СЮЖЕТНО-КОМПОЗИЦІЙНА ФУНКЦІЯ ЕПТОНІМІВ Й.В. ГЕТЕ

Розглянуто особливості мовленнєвої реалізації ептонімів Й.В. Гете у сучасній німецькій публіцистиці, проаналізовано їх сюжетно-композиційну функцію. Окрему увагу присвячено розгляду комплексної реалізації функціональних характеристик крилатих висловів класика у газетних статтях та їх модифікованому вживанню.

Ключові слова: фразеологія, Й.В. Гете, крилаті слова, цитати, афоризми.

Рассмотрено особенности языковой реализации эпонимов Й.В. Гёте в современной немецкой публицистике, проанализировано их сюжетно-композиционную функцию. Отдельное внимание посвящено рассмотрению комплексной реализации функциональных характеристик крылатых выражений классика в газетных статьях и их модифицированному употреблению.

Ключевые слова: фразеология, Й.В. Гёте, крылатые слова, цитаты, афоризмы.

The article is dedicated to the peculiarities of speech realization of eponyms of J. W. Goethe in the modern German publicistics, and to their plot compositional function in particular. 3015 cases of the use of the writer's eponyms were analyzed, obtained from the electronic archives of the German publicistic sources „Der Spiegel”, „Die Zeit”, „Frankfurter Allgemeine Zeitung”, „Süddeutsche Zeitung” ma „die tageszeitung”. It is proven that J. W. Goethe's eponyms are used in the strong position of the text (in the heading, subheading, in the beginning and the end of the articles) and are an important factor of the logical compositional structuring of the text, activate associative connections on the cognitive level and have the advertising function influencing the reader. Suitable modifications of the eponyms demonstrate not only the common mental and verbal base of the author and the recipients, but also the creativity and skill of the publicist. It is also shown that the feature of the speech realization of the author's eponyms is their modified use frequent convergence of functional characteristics.

Key words: phraseology, J.W. Goethe, eponyms, quotations, aphorisms.

Один із найвідоміших фразеологів сучасності Г. Бургер вважає, що розвиток фразеології у різних діахронічних зрізах є неоднорідним: „існують періоди, в яких одні фразеологічні класи є особливо продуктивними, інші – менш продуктивними; від епохи до епохи варіювати можуть і функції, і характер уживаності, і оцінка фразеології” [6, с. 124]. Особливо „плідним” періодом для вживання крилатих слів Й.В. Гете було ХІХ ст., адже досконале знання уривків відомих творів німецьких класиків, передовсім Й.В. Гете та Ф. Шіллера, було абсолютною необхідністю („ein absolutes Muss und ein Maßstab” [7, с. 11]), а їх уживання свідчило про високий рівень освіти та належність до соціального прошарку „освіченого бюргерства” (Bildungsbürgertum). Але ситуація змінилася у ХХ ст., особливо після другої світової війни. Зазначимо, що значні зміни у цей час відбулися й у розвитку німецької мови взагалі, що дає підстави деяким західним лінгвістам говорити про настання приблизно з 1950 р. нового періоду у розвитку мови – *Spätneuhochdeutsch* (пізньонововерхньонімецького періоду розвитку німецької мови).

Питання про особливості функціонування крилатих висловів класиків у другій половині ХХ-го – поч. ХХІ ст. вже частково розглядалося дослідниками (Г. Бебермейер, В. Мідер, Ф. Мьобус, М. Радерс та ін.), проте дана проблема ще далека від свого розв’язання. У нашій статті на матеріалі публіцистичних статей проаналізуємо сюжетно-композиційну функцію ептонімів Й.В. Гете.

До аналізу залучено 3015 фрагментів вживання крилатих висловів або ептонімів письменника, що вилучені з електронних архівів провідних німецькомовних публіцистичних джерел „Der Spiegel”, „Die Zeit”, „Frankfurter Allgemeine Zeitung”, „Süddeutsche Zeitung” та „die Tageszeitung”.

Окрім функцій, які вважаються основними для мовленнєвої реалізації авторських ептонімів як прецедентних феноменів (номінативної, персуазивної, людичної, парольної), та які вже були розглянуті нами в попередніх статтях [4], окремої уваги заслуговує і їх текстотвірний потенціал. Крилаті вислови німецького класика, вживаючись у сильних позиціях тексту-приймача (у заголовку, підзаголовках, на початку та в кінці статей), часто служать логіко-композиційному структуруванню тексту. Саме тому однією з їх важливих функцій вважається *текстотвірна*, або *сюжетно-композиційна* функція. Австрійський дослідник Г.-Г. Люгер визначає її як *функцію структурування тексту* (Textstrukturierung),

яка деталізується в обрамлювальній функції та функції введення нового текстового фрагмента чи його завершення (*rahmende, sequenzeröffnende oder sequenzbeschließende Funktion*) [8, с. 230].

Проаналізуємо реалізацію сюжетно-композиційної функції ептонімів класика на нашому мовному матеріалі. Результати кількісного аналізу розміщення ептонімів Й.В. Гете у сильних позиціях тексту представлені в наступній діаграмі, на дані якої ми будемо спиратися надалі.

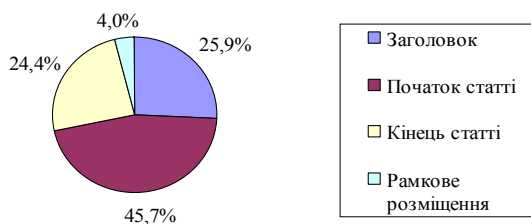


Рис. 1. Розміщення ептонімів Й.В. Гете у сильних позиціях тексту

Отже, усього в сильних позиціях зафіксовано 849 ептонімів Гете, тобто 28,2 % із загальної кількості вживань. Як видно з рис. 1, найчастіше з сильних позицій авторами вибирається початок тексту, а найрідше – рамкове розміщення.

Розглянемо найперше вживання ептонімів Й.В. Гете у заголовках статей. Дослідники підкреслюють особливу роль крилатих висловів та інших прецедентних феноменів у позиції заголовка (порівн. [2], а також низку робіт, які присвячені вивченню ПФ саме в цій позиції [1; 3] та ін.). Відповідно до кількісних порівнянь, здійснених у дослідженні Г.-Г. Люгера, крилаті вислови набагато частіше зустрічаються у назвах статей, ніж інші реченнєві види фразеологічних одиниць [8, с. 219]. Російський мовознавець С.Г. Шулежкова виділяє для ептонімів навіть функцію заголовка (рос. „заголовочная функция”) [5, с. 250].

Така особлива увага пов’язана з „рекламною” функцією самого заголовка. Адже перш ніж прочитати газету, читач зазвичай пробігає поглядом заголовки пропонуваніх статей, і від того, наскільки яскраво буде сформульована назва публікації, багато в чому залежатиме, чи знайде вона свого реципієнта.

У назвах публіцистичних статей нами зафіксовано всього 220 прикладів, що складає 25,9 % від усіх крилатих висловів, ужитих у сильних позиціях тексту. Вживання ептонімів Гете у цих позиціях дозволяє в експресивній формі позначити тематику статті та змушує зупинити погляд реципієнта на чомусь знайомому, „рідному”. Наприклад, ептонім у заголовку газети „Die Zeit” *Über allen Gipfeln ist Ruh* [ZEIT online, 30.05.2002] відомий для більшості німців ще зі шкільної парти. Обрана назва коротко та водночас досить влучно позначає тематику статті, та, крім того, апелює до культурно-мовного досвіду колективу. Публікація повідомляє про зустріч американського та російського президентів у Москві. У статті із легким скепсисом журналіст описує дружній, чи то з огляду на проголошену Путіним політику щодо зближення з НАТО, чи то завдяки щедрому прийому, візит Джорджа Буша в Росію. Очікувана світом критика американським президентом деяких недемократичних принципів Росії також не відбулася. З іронією використовується й наступна ремінісценція із вірша: „Über allen Gipfeln ruhte es, von Kritik zum Thema Tschetschenien, Pressefreiheit, Menschenrechte spürte man kaum einen Hauch”. Вона служить додатковим асоціативним стимулом для активізації зв'язку із текстом-першоджерелом.

У заголовках статей крилаті вислови класика часто зустрічаються у модифікованому вигляді. При цьому зазначимо кількісне переважання двох модифікаційних способів: уведення ептоніма у редукованому вигляді та зміна у компонентному складі. Такі трансформації відповідають вимогам стислості заголовка, а здійснювані лексичні заміни дозволяють увести у назву елемент, який корелює зі змістом самої статті. Продемонструємо поєднання цих двох модифікацій на наступному прикладі:

Und bist du nicht billig... [Titel] Der Kampf um Fleischpreise eskaliert. Behörden ermitteln wegen Lohnklaverei auf Schlachthöfen [ZEIT, 07.04.2004, Nr. 16].

У статті використано ептонім „*Und bist du nicht willig, so brauch ich Gewalt*” (цитата із балади „Вільшаний король”) у значенні „*Не хочеш по-доброму – то застосуємо силу*”. У публікації розглянуто історію зі знущанням над румунськими заробітчанами, які, працюючи нелегально на скотобійні в Німеччині, вимагали більшої платні. Темою статті є нечесна конкуренція на ринку м'ясної продукції, коли з метою здешевити свій товар власники вдаються до неправомірних дій. Заміна прикметника *willig* спів-

звучною лексемою *billig* сприяє контекстуальному пристосуванню ептоніма. Вона позначає ключові тематичні координати статті: дешева робоча сила – дешеве м'ясо.

Найбільше прикладів із нашого корпусу 388 (45,7 %) зафіксовано на початку статей. У цих позиціях ептоніми виступають своєрідним відправним пунктом для подальших авторських роздумів, дозволяють у цікавий та нетривіальний спосіб розпочати публікацію, адже зацікавлення читача зумовлює не лише заголовок, а й початок статті. Наприклад:

Vom Eise befreit sind Strom und Bäche. Und eigentlich sollten es Lippen und Nasen auch sein. Sollten. Wie die Techniker-Krankenkasse mitteilte, ist die körperliche Frostfreiheit für Piercing-Träger aber gar nicht so selbstverständlich. „Das Metall friert an der Haut fest. Piercings sollte man unter 0 Grad herausnehmen“, sagte eine Sprecherin [taz, 7.1.2009, Nr. 8778, S. 14] (у статті йдеться про небезпеку носіння пірсингових прикрас у холодну пору року, що спричиняє переохолодження частин тіла).

Наведений фрагмент наочно демонструє комплексну реалізацію функціональних характеристик крилатих висловів. Сюжетно-композиційна функція виявляється у початковій позиції ептоніма „*Vom Eise befreit sind Strom und Bäche*”, який є цитатою із відомого монологу Фауста „*Osterspaziergang*”, а в статті створює ефект очікування розвитку подій та налаштовує читача на ліричний лад, активізуючи при цьому асоціативні зв'язки. Проте вже наступне речення має досить несподіваний, шокуючий зміст – *Und eigentlich sollten es Lippen und Nasen auch sein*. Як бачимо, у цьому фрагменті автор скористався так званім „ефектом обманутого / нездійсненого очікування” (англ. *surprise effect, cancellation of normal predictability*; нім. *Kollaps des Erwartungsschemas*, який особливо популярний у назвах та на початку статей і вважається проявом авторської мовної гри (людична функція). Застосування ептоніма Гете свідчить також про спільність ментально-вербальної бази автора та потенційних читачів (парольна функція). Навряд чи іноземець, для якого німецька мова не є рідною, зрозуміє доцільність використання фрази „*Vom Eise befreit sind Strom und Bäche*” (укр. „*Від криги звільнені ріка та помічки*”) у січневому номері газети.

Завдяки використанню цитат класика наприкінці статей (всього 207 (24,4 %) випадків), автори отримують можливість дотепно та експресивно підвести підсумок усієї публікації. Особливої ува-

ги при цьому заслуговує виявлена у 34 (4 %) фрагментах так звана „кільцева”, або „рамкова” конструкція, яка передбачає розміщення ептоніма на початку / заголовку та водночас наприкінці статті. Сюди ми зараховували й випадки, коли в одній із позицій або в обох позиціях ептонім вжито у модифікованому вигляді. Наприклад, у статті „*Weniger Licht!*” здійснено антонімічну заміну прислівника у відомих передсмертних словах Гете „*Mehr Licht!*” (*Більше світла!*) та використано модифікований ептонім для початку та завершення публікації. Підкреслимо, що автор, критикуючи традиційну, проте надто неекономну передріздвяну ілюмінацію німецьких міст, скористався аж двома цитатами Гете, експліцитно модифікувавши їх:

Weniger Licht! [Titel] ... *Wo viel Licht ist, ist starker Schatten, schreibt Goethe; das läßt sich umkehren: Nur wo Schatten ist, ist auch Licht, fällt Licht auf. Seit einigen Jahren ist in den weihnachtlichen Straßen der Städte aber kein Schatten mehr, weil Pyramiden auf Fensterbänken zu ganzen Pyramidenwänden werden, Lämpchen um Fensterrahmen zu Endlosgirlanden, Sterne an Fensterkreuzen zu Milchstraßen. Und so kehren wir noch einmal das Wort des Großdichters um und rufen: Weniger Licht!* [FAZ, 30.11.1997, Nr. 48, S. B7].

Вдала трансформація двох „класичних цитат”, їх використання в актуальному для німецькомовного середовища контексті щодо економії енергії, „рамкове” розміщення модифікованого ептоніма *Weniger Licht*, який служить і кінцевою фразою, і назвою статті водночас, демонструють неабияку креативність автора (функція самопрезентації). При цьому здійснена субституція (лексична заміна) для крилатого вислову „*Mehr Licht!*” може виступати і контекстуальною (вона продиктована змістом повідомлюваного), і парадигматичною (субституційні партнери *mehr* – *weniger* перебувають в антонімічних відношеннях). У цьому випадку цитати класика проходять ніби гетівською „червоною ниткою” крізь публікацію, забезпечуючи тематичну цілісність статті та виконання ептонімами сюжетно-композиційної функції.

Реалізацію ептонімами класика сюжетно-композиційної функції можна простежити і в інших сферах мовної дійсності. Зокрема, на прикладі заголовків німецьких книг та публікацій, у яких на відміну від вітчизняної традиції, науковці намагаються подати цікаві образні заголовки, наприклад, „*In der Beschränkung zeigt sich erst der Meister*”? *Von Disziplinen und Disziplinarität in For-*

schung und Lehre – стаття із філологічного збірника „Muttersprache“ (2000); *Die Gretchenfrage: „Nun sag' wie hast du 's mit der Religion?“* (2008) та „*Geld. Was die Welt im Innersten zusammenhält?“* (2009) – назви збірок філософських статей тощо.

Отже, крилаті вислови німецького класика Й.В. Гете виступають важливим чинником логіко-композиційного структурування публіцистичного тексту, активізують асоціативні зв'язки на когнітивному рівні та виконують своєрідну рекламну функцію впливу на читача. Вдалі модифікації крилатих висловів демонструють не тільки спільність ментально-вербальної бази автора та реципієнта, а й креативність та вправність публіциста.

Предметом подальшого дослідження з обраної тематики у перспективі може бути проблема максимального збереження при перекладі всіх прагматико-стилістичних ефектів, що властиві дискурсній реалізації цих мовних феноменів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрусів Н. О. Лінгвокультурологічні складники формування змісту англійського газетного заголовка / Н. О. Андрусів // Гуманітарний вісник Черкаського університету : зб. наук. праць / гол. ред. Л.І. Білик. – Черкаси : ЧДТУ, 2008. – № 13. – Т. 1. – С. 232–236.
2. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации [Електронний ресурс]. – Екатеринбург : Наука, 2007. – 207 с. – Режим доступу : <http://www.philology.ru/linguistics2/nakhimova-07a.htm>
3. Черногрудова Е. П. Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике : На материале центральной, региональной и местной прессы : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 „Русский язык“ / Черногрудова Елена Петровна. – Воронеж, 2003. – 22 с.
4. Шкварчук С.С. Функції ептонімів Й.В. Гете як прецедентних феноменів німецької лінгвокультури // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог: Видавництво національного університету «Острозька академія». – Вип. 34. – 2013. – С. 264–267.
5. Шулежкова С. Г. Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие / С. Г. Шулежкова. – М. : Азбуковник, 2001. – 288 с.
6. Burger H. Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen / H. Burger. – Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2003. – 224 S.
7. Duden. Zitate und Aussprüche : Herkunft und aktueller Gebrauch ; rund 7500 Zitate von der klassischen Antike bis zur modernen Werbesprache / [bearb. von Maria Grazia Chiaro; Werner Scholze-Stubenrecht]. – 2., neu bearb. und akt. Aufl. – Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverlag, 2002. – 960 S.
8. Lüger H.-H. Satzwertige Phraseologismen: eine pragmalinguistische Untersuchung / H.-H. Lüger. – Wien : Edition Praesens, 1999. – 313 S.
9. Mieder W. “Edel sei das Zitat”: Goethes geflügelte Worte in den Massenmedien // Aphorismen, Sprichwörter, Zitate: von Goethe und Schiller bis Victor

- Klemperer / W. Mieder. – Bern; Berlin; Bruxelles; Frankfurt am Main; New York; Oxford; Wien : Peter Lang, 2000. – S. 11–34.
10. Möbus F. Die Meyrink-Hypothese. Zur aktuellen Verwendung geflügelter Worte – das Beispiel "Faust" / F. Möbus // Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache. – Wiesbaden ; Berlin : GfdS. – № 108. – 1998. – S. 232–251.

**Олена Щербак
(Ніжин)**

СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІЇ АНТРОПОНІМІВ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ НОВИН

Розглянуто структуру й функції антропонімів, поширених у німецькомовному інтернет-дискурсі новин. В аспекті структури виділено прості, складні й поширені антропоніми, а також встановлено, що їхня будова відбиває дискурсивну важливість позначеного референта. Виявлено функції номінації, ідентифікації, характеристизації, оцінки, а також інтродукції й підтримання тестової когерентності.

Ключові слова: інтернет-дискурс новин, антропонім, структура антропоніма, функція антропоніма, референт.

Рассмотрены структура и функции антропонимов немецкоязычного интернет-дискурса новостей. В аспекте структуры выделены простые, сложные и расширенные антропонимы, а также установлено, что их структура отражает важность обозначаемого референта. Выявлены функции номинации, идентификации, характеристизации, оценки, а также интродукции и поддержания когерентности текста.

Ключевые слова: новостной интернет-дискурс, антропоним, структура антропонима, функция антропонима, референт.

The article deals with the structure and functions of anthroponyms in German internet news discourse. From the point of view of structure the author singles out three types of anthroponyms: simple, represented by one component; complex, comprising two or three components; expanded, which combine the name of a person with a classifier. The number of classifiers in the structure of an anthroponym depends on the fame of people: the more they are well-known, the few classifiers it has. It is found that the number of anthroponym's components depends on the functions it performs in a text. In the opening blocks of articles anthroponyms reveal an introductory function. The structure of anthroponyms in introductory blocks depends on the topic of an article. In the papers about well-known politicians the introductory function is performed by simple anthroponyms and complex units consisting of one or two components. The articles about sports, the arts and public life are dominated by complex three-component and expanded anthroponyms providing the recipient with as much information about the referent as possible. The coherence function of anthroponyms, consisting in establishing relations between these units within a text, is reflected in the change of the number of anthroponym components which is reflected in the use of an anthroponym with classifiers in political texts and of complex two-component anthroponyms in the texts about sports, arts and social life.

Key words: online news discourse, anthroponym, anthroponymic structure, anthroponymic function, referent.