

ПРОБЛЕМИ ТЕКСТУ ТА СТИЛЮ

Ірина Білоус
(Чернівці)

ОСОБЛИВОСТІ ОНОМАСТИЧНОЇ МЕТАФОРИ В НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Розглянуто явище ономастичної метафори з когнітивно-дискурсивної позиції на матеріалі німецькомовних публіцистичних статей. Описано структуру, особливості та функції ономастичної метафори, що виступає засобом типізації, в якому простежується мовностилістична індивідуальність та когнітивний стиль автора публіцистичного тексту.

Ключові слова: ономастична метафора, антропоніми, семіотичні, композиційні, когнітивні та комунікативно-прагматичні функції.

Рассмотрено явление ономастической метафоры с когнитивно-дискурсивной позиции на материале немецкоязычных публицистических статей. Описаны структура, особенности и функции ономастической метафоры, выступающей средством типизации, в котором отслеживается лингвостилистическая индивидуальность и когнитивный стиль автора публицистического текста.

Ключевые слова: ономастическая метафора, антропонимы, семиотические, композиционные, когнитивные и коммуникативно-прагматические функции.

In the article the phenomenon of onomastic metaphor is considered from the cognitive and discursive position on the material of German publicistic articles. The author described a structure, peculiarities and functions of the onomastic metaphor that comes out as means of typification where one can follow linguistic and stylistic personality and author's cognitive style of publicistic text.

Key words: onomastic metaphor, anthroponyms, semiotic, compositional, cognitive and communicative-pragmatic functions.

Тенденція до економії, характерна насамперед для мови ЗМІ, веде до посиленого використання мовних засобів, які не тільки лаконічно виражають зміст висловлювання, але й виконують експресивну функцію. До таких мовних засобів можна віднести ономастичну метафору. Вдало підібрана ономастична метафора зменшує кількість слів, потрібних для пояснення певного явища, і заощаджує час, необхідний для прочитання публіцистичної статті.

У працях з теорії метафори приклади ономастичної метафори трапляються відносно рідко, що відображає їх відносно низьку частотність серед інших тропів. Як правило, їх не виокремлюють в окрему групу, а перераховують разом з апелятивними метафорами (пор. [1; 3; 6]). Механізм появи ономастичної метафори теж опису-

ється у рамках метафори апелятивної. Так, згідно з теорією Г. Шпербера, існує закономірний зв'язок між метафоричним потенціалом слова і соціальною значущістю його денотата. Предмет, який викликає в певному соціумі особливий інтерес, стає джерелом аналогій при описі інших предметів і, відповідно, центром метафоричної експансії. Ця закономірність спостерігається і на матеріалі власних назв: актуальні особистості чи події стають еталоном вияву тих чи інших якостей або функцій, тобто прототипами певних категорій. Іншими словами, відомі певному соціуму оніми є тими величинами, через які визначається невідоме, і їх найменування виступають як порівняння [7, с. 23].

Проте, на відміну від інших видів метафори, ономастична метафора має чітко виражений антропоцентричний характер, а тому є важливим когнітивним механізмом, за допомогою якого ми сприймаємо й оцінюємо навколишню дійсність і формуємо наше ставлення до неї. З огляду на це ономастична метафора заслуговує окремого поглибленого розгляду і складає **завдання нашого дослідження**.

Мета нашої статті – розглянути особливості функціонування ономастичної метафори в німецькомовному публіцистичному дискурсі. Мета зумовила низку завдань, а саме: встановити структуру й основні компоненти ономастичної метафори, виявити її основні функції у публіцистичному дискурсі. Матеріалом дослідження послуговували щотижневі журнали *Der Spiegel*, *Focus* і *Stern* за 2011-2013 рр.

Ми опираємося на визначення І.Е. Ратнікової, яка вважає ономастичну метафору різновидом мовленнєвої метафори, який ґрунтується на „зміщеному” вживанні власних назв (престижності і атрибутивно-номінативному). Її породжує актуалізація в суспільній свідомості певних персоналій у зв'язку з певними процесами в житті суспільства. Якщо якась конкретна людина набуває статусу соціально значимого суб'єкта, який має певне інформаційно-ціннісне забарвлення, вона самим фактом своєї присутності в соціумі створює поле метафоричних можливостей і метафоричних очікувань [4, с. 613-614]. З цього приводу А.Ф. Лосев зазначає: „Неоцінима прагматична зручність власних назв полягає саме в тому, що вони дають можливість публічно говорити про будь-кого, не домовляючись попередньо, які саме властивості повинні забезпечити ідентичність референта“ [2, с. 78].

У статті дотримуємося когнітивної теорії метафори і розглядаємо ономастичну метафору як когнітивну операцію, яка дозволяє

за допомогою концептуалізації збагнути певну ділянку дійсності в межах понятійних структур, які початково утворилися на базі досвіду, виведеного в інших галузях знання. Іншими словами, в метафоричному переносі задіяне не ізольоване ім'я з прямим номінативним значенням, а цілісна концептуальна структура, оточена когнітивним контекстом, яка активізується у свідомості носія мови. Це означає, що ономастична метафора, як і апелювативна, реалізує один і той же процес – проекцію знань з однієї понятійної області в іншу, і включає до своєї структури сфери-джерела і сфери-ціль метафоричної експансії.

Згідно з функціональною типологією ономастичної лексики, розрізняють антропонімічні, топонімічні, идеонімічні, теонімічні, зоонімічні, фітонімічні, хрононімічні та інші типи ономастичних метафор. Це означає, що сферами-джерелами ономастичної метафори є антропоніми, топоніми, зооніми та інші види онімів, які відображають різні сфери життя людини, а сферами-цільми – суб'єкти і об'єкти навколишнього світу.

Джерелом порівняння антропонімічної метафори виступає власна назва особи, найчастіше ім'я з прізвищем, наприклад: *Schon feiern die britischen Medien D'Aloisio als den neuen Mark Zuckerberg* (Focus 14/13 2013, с. 76); *Nach Kriegsende hätte Herzstarks Leben eigentlich in Ruhm und Reichtum münden müssen, denn der Tüftler aus Wien war eine Art Steve Jobs des Mechanikzeitalters* (Der Spiegel 27/2013, с. 106). У цих прикладах сфери-джерела метафор (обдарований молодий програміст Д'Алоізіо і винахідник калькулятора Герцштарк) виступають як об'єкти прихованого порівняння зі сферами-цільми – відомим інформатиком, засновником соціальної мережі Facebook Марком Цукербергом і винахідником комп'ютера Apple Macintosh Стівом Джобсом. Варто зазначити, що до структури ономастичної метафори в обох прикладах входить також рамка, яка репрезентує те мовне оточення, що породжує метафору, дозволяє її розпізнати, а також розширює і конкретизує значення цільового оніма. Рамка ономастичної метафори практично завжди включає актуалізатор, або рамковий атрибут, виражений прикметником (*der neue Mark Zuckerberg*) або іменниками (*Steve Jobs des Mechanikzeitalters*).

Ономастична метафора у цих прикладах виконує репрезентативну та описову функції. Репрезентативна функція полягає у визначенні, ідентифікації або денотації об'єкта, а описова – у

його характеристизації або кваліфікації. Імена Марка Цукерберга та Стіва Джобса, крім прямої ідентифікації, використані для опису інновативної, глобальної за масштабами та впливом праці молодого програміста Д'Алоїзіо і винахідника Герцштарка.

Репрезентативна та описова функція є проявами ширшої семіотичної функції ономастичної метафори. Як відомо, семіотична функція полягає у визначенні, денотації, яка пов'язана зі знаковою природою символу, його здатністю позначати, а не відображати світ. Наприклад, ім'я та прізвище американської фотомоделі, акторки і співачки Періс Хілтон символізує активне і разом з тим скандальне світське життя. У статті про молоду німецьку акторку і телеведучу Паліну Роїнські воно вжите як для її ідентифікації, так і характеристизації: *Palina Rojinski: Moderatorin, Schauspielerin, DJane, Mode-Bloggerin, IT-Girl. Und Deutschlands Paris Hilton? „Was? Nee, die macht doch was ganz anderes,“ wehrt sich das Multitalent (Focus 14/13 2013, с.116)*. Паліна Роїнські відмежовує себе від американського прототипу і цим самим від скандальності та деякої легковажності, з яким пов'язане ім'я Періс Хілтон. Багата спадкоємиця засновника готелів Hilton ставиться до своїх занять несерйозно, як до тимчасового хобі, зокрема, декілька разів отримувала премію „Золота малина“ за погано зіграні ролі. Паліна Роїнські – емігрантка, яка починала свою кар'єру без фінансової підтримки з боку батьків та не маючи відомого імені. Відмежовуючись у статті від кліше „німецька Періс Хітон“, Паліна Роїнські вказує на серйозність своїх намірів, сумлінне ставлення до роботи на телебаченні тощо.

Цікавими є випадки метафоричного вживання власних назв із заперечувальними елементами, наприклад: *Libin gilt im Silicon Valley als der Anti-Zuckerberg (Focus 14/13 2013, с. 78)*; *Der Auftritt erfüllte bei aller unfreiwilligen Komik seinen Zweck: Bouffier gibt den Anti-Koch (Der Spiegel 27/2013, с. 34)*. У цьому випадку ономастична метафора виконує також репрезентативну та описову функції, але не прямо, а „від протилежного“: якщо у наведеному вище прикладі програміст Лібін характеризується як анти-Цукерберг, то напрям його діяльності прямо протилежний створенню безкоштовних для користувачів соціальних мереж. Лібін фінансує свої проекти не за рахунок рекламодавців, а завдяки глобальним платним програмам на кшталт Evernote, необхідним для користувачів. Аналогічна характеристика німецького консерватив-

ного політика Буф'є як анти-Коха презентує його не як сухого і різкого у своїх висловлюваннях політика ХДС Роланда Коха, а як привітну людину з гумором, якій притаманне „все людське“.

У публіцистичних текстах власні назви, вжиті у переносному значенні, виконують, окрім семіотичної функції, також низку інших функцій, які сприяють втіленню задуму автора та створенню ідейно-змістовної значущості тексту. Ці функції можна умовно поділити на композиційні, когнітивні та комунікативно-прагматичні.

До композиційних функцій ономастичної метафори належать функції, що сприяють формуванню композиційно-сислової структури публіцистичного тексту, розвитку його змісту. Однією з таких властивостей є текстотвірна функція, яка полягає в тому, що вжите в переносному значенні ім'я здатне відігравати роль інформативного ядра тексту, втілювати основну його ідею. Так, наприклад, у статті про найбільшу мережу супермаркетів Німеччини Aldi йдеться про нетипову для країни політику таємничості, замовчування, відсутності інформації про власників концерну тощо. У статті декілька разів концерн Aldi порівнюється з Північною Кореєю як символом закритості, відірваності від світової спільноти: *Der größte Discounter der Welt ist so etwas wie das deutsche Nordkorea. Verschlussen, abgeschottet, geheimnisvoll, legendenumwölkt* (Stern 15/2013, с. 78); *Wenn Aldi wie das deutsche Nordkorea ist, müssen sie Atomsprengköpfe vor den Inspektoren verdammt gut versteckt haben* (Stern 15/2013, с. 81).

Різновидом композиційних функцій є й хронопотвірна функція ономастичної метафори. Власні назви, вжиті в переносному значенні, конкретизують та окреслюють простір оповіді. Серед різних часових параметрів (авторський, реальний, оповідний, сюжетний, читацький час) найактивнішу участь ономастична метафора бере у формуванні читацького часу, у якому осмислюються всі часові виміри публіцистичного тексту та пов'язуються з реальним плином часу. Іншими словами, ономастична метафора перемикає читацький час на час публіцистичного тексту, впливає таким чином на формування композиційно-сислової структури статті. Так, у низці нарисів про зміни, які відбулися в Іраку після повалення режиму Саддама Хусейна, дійові особи згадують 1979-2003 роки як час життя „за Саддама“: „*Das Leben unter Saddam war hart*“, sagt Agharid (Focus 14/13 2013, с. 42); *Das Fieber, das sei der Irak unter Saddam Hussein gewesen; den Tod erlebe das Land*

jetzt (Focus 14/13 2013, с. 42). Це означає, що ім'я *Saddam* стає фіксатором часу та, разом з іншими лексичними засобами, реалізує у нарисах категорію хронотопу. У разі опущення вказаної власної назви з тексту разом з оточуючим її мінімальним контекстом, через невизначеність оповідного часу в загальній течії часу історичного, події нарисів можна накласти на який завгодно період суспільного життя Іраку.

Отже, ономастична метафора акумулює у собі спектр значень, стає одним із засобів економії мовних зусиль і виконує у публіцистичному тексті композиційну функцію компресії змісту.

Когнітивні функції ономастичної метафори в публіцистичних текстах пов'язані зі знаннями людини та різними формами їх оперетнення у композиційно-смысловій структурі. До такого комплексу належить алюзивна, обмежувальна, сугестивна та асоціативна функції [5, с. 14-15]. Кожна з них не може бути реалізованою окремо від решти функцій; вони доповнюють одна одну, взаємодіють і співіснують у мовній формі власних назв. Найчастіше когнітивні функції ономастичної метафори реалізуються в публіцистичних текстах у вигляді повтору однієї й тієї ж власної назви з різним підтекстом, як-от: *Joschka Fischer ist nicht bloß Joschka Fischer* (Stern 15/2013, с. 45); *Und Aldi blieb Aldi – eine deutsche Konstante wie Helmut Schmidt und die Gulaschkanone* (Stern 15/2013, с. 78). У першому випадку йдеться про те, що колишній відомий політик Німеччини Й. Фішер, який був членом Партії Зелених, виступав під час заворушень 1968-го року за безкласове суспільство, демократизацію Німеччини, проти „верхів“, радикально відстоюючи інтереси простих громадян, а з часом сам перетворився на олігарха з абсолютно протилежними поглядами. У другому прикладі підкреслено стабільність розвитку концерну Aldi протягом останніх ста років незалежно від політичних подій і суспільних змін у Німеччині.

Комунікативно-прагматичні функції ономастичної метафори полягають у створенні власними назвами, вжитими в переносному значенні, особливої емотивності тексту, пов'язаної з активацією образів та емоцій, які містяться в асоціативному полі словесних власних назв і впливають на читача. Підвидами комунікативно-прагматичної функції є стимулятивна, апелятивна, емотивна та діалогізуюча. Стимулятивна функція полягає в тому, що ономастична метафора спрямовує увагу читача у потрібне русло інтерпретації і

сприяє пошуку ключових моментів змісту публіцистичного тексту. Апелятивна функція реалізується через активацію образів та емоцій, викликаних значеннями, що містяться у асоціативному та семантичному полі власної назви з переносним значенням. Емотивність ономастичної метафори, у свою чергу, активізує процес її осмислення. Діалогізуюча функція ономастичної метафори полягає у створенні контакту між автором і читачем, що гарантує успіх комунікації. Наприклад, у статті про благодійника з міста Брауншвейг, який вже пожертвував близько 250 тисяч євро на різні благодійні цілі і досі не виказав себе, йдеться про його пошуки журналістами різних агентств: *BBC und CNN waren da, ukrainische Reporter und ein paar russische Fernsehsender. Die Engländer suchten „the German Robin Hood“* (Stern 15/2013, с. 63). Згадка власних назв відомих телеканалів, які шукають благодійника, викликає відчуття серйозності дій та поваги до Брауншвейзького мецената. Позначення благодійника як німецького Робін Гуда створює позитивний емотивний вплив на читача і переноситься на весь процес інтерпретації тексту та реконструкції його смислу.

Майже кожна власна назва, вжита у публіцистичних текстах в переносному значенні, виконує одну, а частіше навіть декілька композиційних функцій. За умови одночасної реалізації двох і більше таких функцій, ономастична метафора виступає композиційним прийомом, який інтегрується у композиційно-смыслову структуру публіцистичного тексту.

Використання ономастичної метафори у публіцистичних текстах набуло характеру композиційного прийому, який забезпечує досягнення авторської мети й створення особливого впливу на читача, вимагаючи від останнього творчих зусиль й ерудиції. На власних назвах, вжитих у переносному значенні, базуються формотворні аспекти публіцистичної статті, визначення та характеристика дійових осіб. Ономастична метафора виступає засобом типізації, в якому простежується мовностилістична індивідуальність та когнітивний стиль автора публіцистичного тексту.

Перспективним вважаємо дослідження жанрових особливостей вживання метафоричних власних назв на матеріалі різнотипних друкованих видань.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Калугина Ю.Е. О некоторых особенностях процесса метафоризации в экономической терминологии / Ю.Е. Калугина // Вестник Московского

- государственного ун-та. – 2009. – № 2. – С. 29–34.
2. Лосев А.Ф. Философия имени / А.Ф. Лосев. – М. : МГУ, 1990. – 269 с.
 3. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации / Е. А. Нахимова. – Екатеринбург : УрГПУ, 2007. – 207 с.
 4. Ратникова И.Э. Ономастическая метафора в публицистике: ее структура и функции / И.Э. Ратникова // Балканская русистика : први балкански славистички академски информационо-комуникациони систем. – Књ.1. – Београд : Фугура, 2008. – С. 613–618.
 5. Співак С.М. Власна назва в композиційно-смісловій структурі віршованих текстів американської поезії : комунікативно-когнітивний підхід: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови” / С.М. Співак. – Київ, 2004. – 20 с.
 6. Соколова Г.В. Публицистическая корреляция «факт-оценка» как условие функционирования имени собственного в текстах СМИ : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 „Журналистика” / Г.В. Соколова. – Краснодар, 2007. – 28 с.
 7. Sperber H. Einführung in die Bedeutungslehre / H. Sperber. – Bonn : Schroeder, 1923. – 95 S.

Leonid Hikov
(Tscherniwzi)

SPRACHLICHE GESTALTUNGSMITTEL IM AUTORENSTIL

Стаття присвячена дослідженню ролі мовних засобів у творенні авторського стилю, характеристики персонажів, зокрема головного героя роману Генріха Манна „Вірноподданий”. Проаналізовано мовний портрет, пряму мову та добір лексичних одиниць, спрямованих на створення сатири. З’ясовано, що в стилістичних функціях мовних засобів і прийомів відображено закономірності й тенденції індивідуального стилю автора.

Ключові слова: авторський стиль, мовний портрет, сатира, пряма мова, стилістичний аналіз.

Статья посвящена исследованию роли языковых средств в создании авторского стиля, речевой характеристики персонажей, в частности главного героя романа Генриха Манна „Верноподданный”. Проанализированы речевой портрет, прямая речь, а также выбор лексических единиц для передачи сатиры. В стилистических функциях речевых средств и приемов отобразены закономерности и тенденции индивидуального стиля автора.

Ключевые слова: авторский стиль, языковой портрет, сатира, прямая речь, стилистический анализ.

The article deals with the study of the role of language means in the creation of the author’s style and characters’ characteristics, in particular – of the protagonist of the novel „Der Untertan“ by Heinrich Mann. The language portrait, direct speech and the selection of language means aimed at satire are analyzed. It is shown that the stylistic function of the language means reflects the regularities and tendencies of the author’s individual style.

Key words: author’s style, language portraits, satire, direct speech, stylistic analysis.