

**NOMINA PROPRIA В НІМЕЦЬКОМУ Й УКРАЇНСЬКОМУ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИХ ДИСКУРСАХ**

У статті зіставляються колокації онімів у німецькому й українському інформаційних зовнішньополітичних дискурсах. У результаті аналізу сучасних провідних газет встановлено певні особливості вживання антропонімів у зазначених лінгвокультурах.

Ключові слова: антропоніми, топоніми, інформаційний дискурс, німецька преса, українська преса.

Власні назви виступають базовими носіями референції в інформаційному потоці на сторінках сучасних масмедіа. Адже будь-яке повідомлення має містити окрім складової «*що сталося*» такі дейктичні координати як *хто* і *де*. У масмедійних інформаційних текстах це, як правило, виражається антропонімами і топонімами.

Оними на відміну від апелятивів посідають особливе місце в лексиконі будь-якої мови. Основна їх функція полягає в тому, щоб виділити, ідентифікувати окремі об'єкти реальної чи нереальної дійсності, як-от: *Берлін, Ангела Меркель, Гарі Потер* тощо. Різницю між власними і загальними назвами вбачають у семантичній сфері: якщо перші ідентифікують, то другі понятійно характеризують об'єкти дійсності (пор. [3, с. 377; 15, с. 13; 12, с. 31 та інші]). Функцію ідентифікації особи чи об'єкта в тексті, ситуації можуть виконувати після першого згадування й апелятиви, перефрази або інші текстові маркери. Як влучно зазначив Г. Кальверкемпер, оними на відміну від апелятивів можна вважати «найбільш економними ідентифікаторами» [8, с. 386].

Власні назви досліджували в різних аспектах і дискурсах на матеріалі однієї чи декількох мов (пор. [6; 7; 9; 13; 14; 11 та інші]). Досить детальний критичний огляд праць, в яких проаналізовано власні назви в газетно-публіцистичному дискурсі, здійснив Г. Ленк [9]. Основний недолік багатьох подібних студій автор справедливо вбачає в тому, що оними досліджували без врахування жанрової ознаки тексту. Г. Ленк [9, с. 58] дійшов висновку, що при аналізі власних назв слід враховувати не лише тематику, а й вид тексту. Адже останні впливають на використання тієї чи іншої форми власного імені та його оточення. Саме цим обумовлена актуальність нашого дослідження.

Нас цікавить питання, чи існують лінгвокультурні розбіжності при вживанні антропонімів і топонімів в інформаційному жанрі німецького і українського газетного зовнішньополітичного дискурсу. Матеріалом дослідження слугували сучасні провідні щоденні газети Німеччини і України за 2007-2012 рр.

Слідом за Г. Люгером [10] ми розрізняємо в газетному дискурсі такі інформаційні жанри, як коротке повідомлення, інформаційна стаття, кореспонденція, які і стали об'єктом нашої студії. В інформаційних жанрах автор повинен об'єктивно інформувати читача про події, ситуації, уникаючи при цьому власних думок і оцінок. Цим вони відрізняються від аналітичних газетних жанрів, де на передній план

виступає інтерпретація, коментар, пояснення актуальної ситуації, проблеми тощо, тобто тут більше простежується перзуазивна функція тексту.

При розподілі власних імен ми врахували класифікацію Г. Ленка [9, с. 388-390], оскільки вона створена на достатньому емпіричному матеріалі німецького і фінського газетних дискурсів. Але через те, що в центрі уваги дослідження Г. Ленка були лише заголовки коментарів і некрологи, виявилось, що цією класифікацією можна скористатися лише частково при аналізі інформаційних текстів. Це ще раз підтверджує тезу про те, що для кожного жанру притаманні особливості вживання онімів. У результаті аналізу інформаційних текстів ми встановили такі можливі колокації антропонімів у газетному зовнішньополітичному дискурсі:

1. Прізвище, коли зазначається лише прізвище референта: *Merkel, Schäuble, Erdogan, Sarkozy, Путін, Гюль*.

2. Означення + ім'я [-/+ прізвище], коли перед онімом вживають означення, виражене переважно прикметником: *der parteilose Mario Monti, der 43-jährige Fidan; стійка Габріель, 41-річний Масімов*.

3. Ім'я + прізвище, коли використовують ім'я і прізвище референта: *Angela Merkel, Bashar al-Assad, Nicolas Sarkozy, Юлія Тимошенко, Володимир Путін*.

4. Офіційний титул + прізвище, наприклад: *Bundeskanzlerin Merkel, президент Янукович*.

5. Офіційний титул + ім'я + прізвище, наприклад, *US-Präsident Barack Obama, канцлер Ангела Меркель, президент Віктор Янукович*.

6. Офіційний титул + ім'я + прізвище + (партійна приналежність), наприклад, *Außenminister Guido Westerwelle (FDP)*.

7. Військове звання + ім'я + прізвище, наприклад, *Vize-Admiral Mark Fox, адмірал Уїльям Фаллон*.

8. Звертання + прізвище, коли використовують форми звертання *пан, пані, Herr, Frau* тощо, наприклад, *Herr Beck, Frau Merkel, фрау Меркель, пан Лавров*.

9. Посада + ім'я + прізвище, коли перед власним іменем наводять посаду у ролі прикладки, наприклад, *DGB-Vizechef Ingrid Sehrbrock*.

10. Власне ім'я як прикладка. Ім'я і прізвище виступають як прикладка в постпозиції, на що вказують артикль основного іменника або кома: *Israels Botschafter in Bangkok, Itzik Schaham; комісія Путін-Ющенко*.

11. Дериваційна конструкція. Це переважно різнокомпонентні композити з власним ім'ям. Як правило, це okazionalizmi, що часом можуть перейти до групи слів активного вживання. Наприклад, *Schäuble-Buch, das Assad-Regime, das Nach-Gaddafi-Libyen, Erdogan-Regierung*.

Референцію на конкретні суб'єкти в інформаційних текстах можна виражати, окрім онімів, апелятивами, дефініційним описом і займенниками (пор. [6, с. 149; 4 та ін.]). Ознакою оцінки або впливу на читача можна вважати певну субституцію офіційної власної назви (пор. [5, с. 88]). Так, для антропонімів розрізняють такі субституції: 1) скорочення імені: *В. В.* замість *В. В. Путін*; 2) перифраза імені апелятивом: *Sparkanzlerin* для *A. Merkel*; 3) перифраза імені іншим власним іменем: «церковний Горбачов» замість *Олексія* [14, с. 164].

На відміну від німецького узусу український має теоретично більше можливостей на позначення певної особи завдяки використанню імені по батькові. Але, як показав проведений аналіз, в українських зовнішньополітичних інформаційних текстах таких колокацій не зафіксовано. У німецькомовному узусі ім'я по батькові не поширене. Використання тієї чи іншої форми власної назви: *ім'я*, *ім'я + по батькові*, *ім'я + по батькові + прізвище*, *ім'я + прізвище* тощо, може свідчити про відношення до особи (пор. [1, с. 141]). Вживання тієї чи іншої форми власного імені залежить від сфери комунікації насамперед від форми спілкування: усна чи писемна комунікація, а також ситуації.

Аналіз німецьких інформаційних текстів зовнішньополітичної тематики виявив такі частотні варіанти реалізації антропонімічної референції:

1. Прізвище, наприклад: *Schäuble, Niebel, Merkel*.

Це найчастотніша форма антропонімічної референції в інформаційних текстах. Її використовують переважно після першого повного згадування в самому тексті, або в заголовку за умови, якщо зазначена особа відома широкому колу читачів. К. Генгст [7, с. 189], проаналізував оніми в заголовках, зазначає, що коротка форма антропоніма може мати такі ознаки, як (1) неофіційність, (2) наближеність до читача і (3) оцінка. На нашу думку, саме стислість зумовлює частотність цього дейктичного антропонімічного маркера як в заголовках, так і в самому тексті.

2. Ім'я + прізвище, наприклад: *Wolfgang Schäuble, Dirk Niebel, Angela Merkel*. Така розгорнута форма антропонімічної референції в німецькому зовнішньополітичному дискурсі трапляється рідше за попередню, оскільки ім'я можна вважати інформаційно зайвим з огляду на те, що в контексті повідомлення читачеві й так зрозуміло, хто є референтом.

3. Офіційна посада + ім'я + прізвище, як-от: *Finanzminister Wolfgang Schäuble, Präsident Baschar al-Assad, Vize-Premier Bülent Arinc*. Такі складні словосполучення трапляються на початку інформаційної статті, коли вводять тему повідомлення. Читач отримує повну офіційну інформацію про особу, наприклад, *Polens Regierungschef Donald Tusk*. Антропонім представлений переважно ім'ям і прізвищем. У позиції виступають офіційні титули, посади тощо, наприклад: *Außenminister, Bundeskanzlerin, Präsident, Ministerpräsident* тощо. Варто зазначити, що артикль перед офіційною посадою використовують лише при наявності атрибута. У притилежному випадку загальна назва виступає як ядерне слово, а антропонім як експлікативна прикладка (пор. [2, с. 987]). Такі форми притаманні для антропонімів на позначення маловідомих осіб, де для читача важлива посада референта, а не власне ім'я, як-от: *die Pressesprecherin Kristina Potuptschik*.

Особливість референції німецьких антропонімів полягає в тому, що після прізвища наводиться в дужках також політична приналежність зазначеної особи, як-от: *Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU), Finanzminister Wolfgang Schäuble (CDU), Deutschlands Entwicklungshilfeminister Dirk Niebel (FDP)* тощо. Така референція притаманна виключно для німецьких посадовців, хоча діячі інших країн теж належать до різних партій у своїй країні.

4. Ім'я + прізвище + [,] + посада. Наприклад, *Caleb McCarry, Kuba-Koordinator im US-Außenministerium*. У таких колокаціях антропонім виступає ядром словоспо-

лучення, а орфографічно виокремлена посада – прикладкою.

5. Посада + [.] + ім'я + (звання) + прізвище. Наприклад, *der Parlamentarische Geschäftsführer der SPD-Bundestagsfraktion, Thomas Oppermann; der Chef der im Kongo kämpfenden Miliz FDLR, Ignace Murwanashyaka* тощо. У таких колокаціях вже антропонім виступає як прикладка. Він орфографічно виокремлюється комою. Основне слово детермінує артикль або займенник.

6. Посада (звання) + ім'я + прізвище + [.] + прикладка. Наприклад, *der syrische Armeedeserteur Oberleutnant Hussein Harmush, der Gründer der aufständischen Freien Syrischen Armee*. Такі антропонімічні колокації надають німецькомовному зовнішньополітичному дискурсу риси номінального стилю. Сучасні журналісти, правда, не зловживають ними, адже за використання саме таких словосполучень мова преси завжди зазнавала критики.

Решта референційних маркерів для антропонімів, як-от: апелятив, наприклад, *Präsident* тощо; займенникові маркери, як-от: *він, який*; описова референція, наприклад, *der 44-jährige Republikaner* тощо трапляються в німецькому зовнішньополітичному дискурсі не так часто, як в українському. Це зумовлено, очевидно, домінуванням різноманітних антропонімічних референцій у поєднанні з прізвищем. У цьому можна вбачати прагнення журналістів уникати непорозуміння при сприйнятті інформації, адже часом займенники ускладнюють читачені однозначне розуміння інформації.

Аналіз українських інформаційних текстів виявив такі частотні варіанти реалізації антропонімічної референції: 1) прізвище, наприклад: *Яценюк, Назарбаєв, Штойбер*; 2) ім'я + прізвище, наприклад: *Володимир Путін, Ангела Меркель*; 3) ініціал імені + прізвище, наприклад: *В. Путін, А. Яценюк*.

Нами не зафіксовано в інформаційних текстах використання імені по батькові в повному чи скороченому вигляді. Очевидно, така форма не характерна для сучасних інформаційних жанрів. Серед цих форм домінує за частотою варіант *прізвище* або *ініціал імені + прізвище*. Адже ці форми референції можна вважати найбільш економними.

4. Офіційна посада + ім'я + прізвище, як-от: *міністр закордонних справ України Арсеній Яценюк, голова МЗС Сергій Лавров, президент Росії Дмитрій Медведєв*. Такі складні словосполучення трапляються на початку інформаційної статті при введенні референта. Антропонім представлений завжди ім'ям і прізвищем. У препозиції виступають офіційні титули, посади тощо, як-от: *голова МЗС, президент США, верховний представник Євросоюзу* тощо.

Решта референційних маркерів антропонімів представлена виключно текстовими маркерами, як-от:

5. Апелятив, коли загальне ім'я виступає контекстуальним синонімом, наприклад *президент, міністр* тощо.

6. Описова референція, наприклад, *президент Росії, російський президент, президент РФ, перша особа, глава МЗС України, український міністр* тощо.

7. Займенникові референтні маркери: *він, який* тощо.

Зазначені в пунктах 5-7 контекстуальні маркери частіше трапляються в об'ємних інформаційних текстах, коли автор намагається стилістично урізноманітнити ан-

тропонімічну референцію. У інформаційних статтях журналісти намагаються дотримуватися такого принципу дейктичної референції: на початку викладу матеріалу наводиться повна ідентифікація антропоніма, а потім референцію здійснюють переважно через прізвище, або перераховані текстові маркери (5-7). У заголовковому блоці (надзаголовок, заголовок, підзаголовок) використовують, насамперед, антропоніми, виражені лише прізвищем, що зумовлено мовною економією.

Топоніми утворюють поруч з антропонімами другу важливу групу референційних об'єктів інформаційних газетних текстів. Аналіз вживання топонімів у німецькому й українському зовнішньополітичному інформаційному дискурсі не виявив суттєвих розбіжностей між ними. В обидвох лінгвокультурах спостерігається подібність використання топонімічної референції. Це зумовлено тематикою цієї інформаційної царини: актуальні події у світі. Найчастотнішими топонімами є назви провідних розвинутих країн, як-от: *die USA, China, Russland, Frankreich, Himechyna, Italija, Icnanija* тощо, або тих країн, де відбуваються певні політичні, соціальні події, як-от: *Griechenland, der Irak, Somalia, Ägypten, Pocija, Kirgizstan, Iran* тощо. Постійним атрибутом інформаційних текстів є також назви міст, наприклад, *Paris, Washington, Moskau, Varшава, Pekin, Seul* та інші як у прямому, так і в метонімічному значенні при зазначенні уряду країни. Розбіжності спостерігаються лише в кількості топонімів. Адже німецькі видання, використовуючи дані різних інформагентств, ширше інформують свою аудиторію про події в світі, ніж українські, які й досі переважно повідомляють про події в країнах пострадянського простору. Така диспропорція зумовлена, насамперед, прагматичними і екстралігвістичними чинниками, а саме політичними й економічними.

Підсумуючи проведений аналіз вживання антропонімів і топонімів у сучасному німецькому й українському зовнішньополітичному дискурсах, можна зазначити таке. Якщо при топонімічній референції спостерігається подібність вживання географічних назв у двох лінгвокультурах, то при антропонімічній референції при майже однаковому наборі колокацій простежуються певні особливості в німецькій і українській лінгвокультурах: для німецької притаманні розгорнуті атропоніми з прикладками, а для української – вживання їх текстових маркерів.

Перспективним напрямом подальшого дослідження вважаємо зіставлення інших видів власних назв в інформаційному зовнішньополітичному дискурсі зазначених лінгвокультур.

Література

1. Шмелев Д. Н. Современный русский язык / Шмелев Д. Н. – М. : Просвещение, 1977. – 335 с.
2. Duden. Die Grammatik. – Mannheim [u.a.] : Dudenverlag, 2009. – 1343 S.
3. Fleischer W. Zum Verhältnis von Name und Appellativum im Deutschen / W. Fleischer // Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität Leipzig. – 13. – S. 369–378.
4. Jäger G. Eigenname und Eigennameparaphrase / G. Jäger // Beiträge zur Onomastik. – Berlin, 1984. – S. 171–177.
5. Gläser R. Substitution von Eigennamen in britischen und amerikanischen Presse-texten / R. Gläser // Studia Onomastica VI, Beiheft 13/14. – 1990. – S. 87–95.

6. Gyger M. Namen-Funktion im historischen Wandel: Beobachtungen zum Gebrauch von Personennamen in Presstexten aus den Jahren 1865 bis 1981 / Mathilde Gyger. – Heidelberg : Winter, 1991. – 244 S.

7. Hengst K. Eigennamen in Medien – dargestellt an Beispielen aus der deutscher und russischer Presse / Karlheinz Hengst, Natalija Vladimirovna Vasil'eva // Namenforschung und Namendidaktik / Kurt Franz, Albrecht Greule (Hrsg.). Baltmannsweiler : Schneider-Verl. Hohengehren, 1999. – S. 186–207.

8. Kalverkämper H. Textlinguistik der Eigennamen / Hartwig Kalverkämper. – Stuttgart : Klett-Cotta, 1978. – 454 S.

9. Lenk H. E. H. Personennamen im Vergleich : Die Gebrauchsformen von Anthroponymen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Finnland / H. E. H. Lenk. – Hildesheim, Zürich, New York : Georg Olms Verlag, 2002. – 490 S.

10. Lüger H.-H. Pressesprache / H.-H. Lüger. – Tübingen : Niemeyer, 1995. – 169 S.

11. Naumann H. Eigennamen als Textkonstituenten / Horst Naumann // Namen in Sprache und Gesellschaft / Andrea Rendler, Silvio Brendler (Hrsg.). – Hamburg : Baar, 2011. – S. 156-167

12. Nübling D. Namen : Eine Einführung in die Onomastik / Damaris Nübling, Fabian Fahlbusch, Rita Heuser. – Tübingen : Narr, 2012. – 367 S.

13. Paulikat F. Eigennamen in Presstexten. Studien zu Formen und Funktionen des Eigennamengebrauchs in der französischen Pressesprache / Frank Paulikat. – Frankfurt / M., Berlin [u.a.] : Lang, 2001. – 252 S.

14. Probst L. Eigennamen in publizistischen Texten und ihr Stellenwert bei der Vermittlung des Russischen / L. Probst // Der Text in Forschung und Lehre / Wolfgang Gladrow und Irene Dehmel (Hrsg.). – Frankfurt a.M. u.a.: Peter Lang, 1997. – S. 162–168.

15. Reformatskij A. A. Zur Stellung der Onomastik innerhalb der Linguistik / A. A. Reformatskij // Sowjetische Namenforschung / Ernst Eichler, Wolfgang Fleischer, A.V. Superanskaja (Hrsg.). – Berlin : Akademie-Verlag, 1975. – S. 11–32.

Kiyko Y. Y. Nomina propria in German and Ukrainian information foreign policy discourses

The article deals with the comparative analysis of German and Ukrainian nomina propria collocations in information foreign policy discourses. As a result of the analysis of modern quality daily newspapers some features of anthroponyms in linguacultures are revealed.

Key words: anthroponomy, place names, information discourse, the German press, the Ukrainian press.

Кийко Ю. Е. Номина propria в немецком и украинском информационных внешнеполитических дискурсах

В статье сравниваются коллокации онимов в немецком и украинском информационных внешнеполитических дискурсах. В результате анализа современных передовых газет выявлены некоторые особенности употребления антропонимов в обеих лингвокультурах.

Ключевые слова: антропонимы, топонимы, информационный дискурс, немецкая пресса, украинская пресса.