

А. Е. Синдеев

Тверской государственный университет, 3 курс

Научный руководитель: к.ф.н. Л. М. Сапожникова

АЛЛЮЗИВНЫЕ ОНИМЫ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ГЕРМАНСКОГО ТЕОНИМА *THOR*)

Основная цель нашей работы заключалась в изучении особенностей отражения древнего мифологического мышления и его ключевых образов в современной картине мира на примере исследования функционирования имени германского божества *Thor* в современном публицистическом дискурсе. При фокусировке нашего внимания на одной из центральных фигур германо-скандинавского пантеона стало возможным наиболее полно продемонстрировать разнообразие использования мифологического имени в современном немецком языке.

Изучение собственных имен (онимов) в языке представляет собой благодарную тему для исследований благодаря их разнообразию и многогранности. Собственные имена (далее СИ) обозначают объекты живой и неживой природы, абстрактные понятия, а также вымышленные объекты, т.е. плоды наших фантазий. Особое место в этом ряду занимают *мифонимы*, имена мифологических персонажей. Каждый мифоним, в зависимости от места и обстоятельств его возникновения, является носителем уникального культурно-исторического кода, т. к. на нем отражаются разнообразные культурные и исторические трансформации [Суперанская 1973: 14-15]. В частности, происхождение исследуемого объекта, теонима *Tora*, апеллирует к первым страницам истории германских племен. Распространяясь в мировой культуре, мифоним приобретает дополнительные смысловые оттенки, накапливает *аллюзивный потенциал*.

Как стилистическая фигура, *аллюзия* определяется Н. Комлевым как соотнесение описываемого объекта с устойчивым историческим понятием или образом [Комлев 2006: 42]. Мифологические аллюзии продолжают применяться в культуре для более выразительного, красноречивого описания современных реалий/ситуаций. Прибегание говорящего к аллюзии приводит к установлению связи между объектами, в результате чего происходит вызов определенных ассоциаций.

Корпус примеров в нашем исследовании был отобран с помощью поисковой системы электронного словаря DWDS (*Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*) – одного из крупнейших немецкоязычных онлайн-ресурсов, в совокупности предлагающего более 26 миллионов контекстов, в которые включены тексты из художественной литературы, научных

произведений и таких авторитетных немецких газет, как *Tagesspiegel*, *die Zeit*, *Berliner Zeitung*.

В нашем исследовании был сознательно выбран публицистический дискурс, так как он представляет собой «живую», постоянно развивающуюся область языка. В газетных текстах предлагаются наиболее злободневные, востребованные временем темы. В связи с этим материалом для исследования стали статьи, аннотации и новостные сводки, взятые из популярной немецкоязычной газеты *Die Zeit*. В качестве причин выбора указанного источника мы можем упомянуть ориентацию данного контента на широкую аудиторию и обширную тематическую палитру.

В работе был сделан акцент на наиболее актуальный материал. Посредством поиска ключевого слова нами были зафиксированы 432 упоминания интересующего нас имени в период с 2006 по 2018 год. В первую очередь из корпуса примеров были исключены контексты, не имеющие отношения к объекту исследования, т. е. упоминания совпадений или одноименных объектов. После этого в зависимости от функциональной характеристики теонима оставшиеся 229 контекстов были систематизированы.

Образ Тора, могучего бога-защитника, прочно закрепился в современной культуре большинства европейских стран. Отождествляемый с грозной природной стихией, данный образ унаследовал многие черты своих индоевропейских и античных аналогов, в том числе Юпитера и Зевса. Главное оружие Тора представляет собой молот с непропорционально короткой рукоятью, имеющий свойство раскаляться в битвах.

Жизнеописание Тора зафиксировано преимущественно в Младшей Эдде, выдающемся литературном памятнике Средневековья. Судьба Тора решается во время *Рагнарёка* (др. сканд. «Гибель богов»), одной из кульминационных сцен Эдды. В сражении с хтоническим чудовищем Тор погибает, ценой своей жизни спасая мир.

По результатам анализа использования теонима *Thor* в современной публицистике нами было выделено 3 типа функционального использования мифонима:

Первичная функция мифонима – соотнесение имени с исходным мифологическим контекстом.

Вторичная функция мифонима – перенос имени в новый культурный контекст, зачастую посредством таких художественных средств, как метафоры/метонимии.

Аллюзивное использование мифонима во вторичных СИ – использование в новых именах отсылки к первичному мифологическому контексту.

Далее мы рассмотрим особенности функционального использования теонима *Thor* данных типов в современной немецкой публицистике.

1. Использование теонима Thor в первичной номинативной функции

Данную группу составляют 19,6% контекстов, в которых мы отметили полное соответствие ситуативного имени и исходного образа Тора.

*Der hammerschwingende Rebell gegen Rom, Papst und Klerus ließ sich mit Gestalten der deutschen Mythologie und Geschichte in Beziehung setzen: mit dem Helden Siegfried etwa, der sich sein eigenes Schwert schmiedete, um den Drachen zu töten. Oder mit dem kunstfertigen Wieland, der seine Gefangenschaft aus eigener Kraft überwand; dem germanischen Gott **Thor**, dessen Hammerschlägen kein Gegner gewachsen war. Und eben mit dem «Reichsschmied» Bismarck, der die Nation aus Blut und Eisen schuf.*

/Die Zeit, 23.11.2016, Nr. 05/

В приведенном отрывке рассматривается «бунтарский» поступок М. Лютера по отношению к католической церкви. Историческая важность действий Реформатора для народа и веры, по мнению автора, приравнивает его к прочим национальным героям и персонажам, так или иначе повлиявшим на немецкую культуру. Большое значение здесь уделяется атрибутам персонажей (меч Зигфрида, молот Тора), чтобы подчеркнуть воинственный характер Реформации и, в частности, деятельности ее лидера. В данном ономастическом сравнении сохраняется параллелизм двух объектов – исходного мифологического и ситуативного (протест против церкви). Обратим внимание на эпитет «*hammerschwingend*» (возможный вариант перевода – «подобный взмаху молота»), созвучный со словом «*Hammerschläge*», используемым применительно к германскому богу. В обоих случаях мы имеем дело с образом молота, подчеркивающим сначала невероятную волю Лютера, затем физическую силу Тора, и как бы «уравнивающим» этих исключительных личностей. Мысль автора гармонично завершают образы Зигфрида, побеждающего дракона, образ которого, очевидно, использован для очернения католичества, и объединителя нации О. ф. Бисмарка.

Отдельного внимания заслуживает использование в контекстах атрибутов *Tora*. В большинстве случаев было зафиксировано упоминание молота *Мьельнира* (др. сканд. «Сокрушитель») – легендарного артефакта, значение которого вышло за пределы скандинавского языческого культа и охватило культуру большинства западных стран.

*Schon am Drakeplatz werden Fettplastiken, Filz oder **Thors** Hammer arrangiert wie in Ausstellungen.*

/Die Zeit, 20.07.2016 (online)/

Данный отрывок был взят из статьи, посвященной жизнеописанию и творческому пути художника-постмодерниста Йозефа Бойса. В богемных кругах Бойса всегда ценили за оригинальность подачи своего творчества и протестный характер. Немалую роль в оригинальном стиле этой личности сыграло глубокое влияние первобытных мотивов, отразившееся в его скульптурах и картинах. Большинство произведений Бойса считаются неразгаданными и требуют погружения в кельтские мифы, германское народное творчество, христианский символизм. Одним из специфических арт-объектов, присутствующих на выставке, является Молот Тора (1961-1962), изготовленный из бронзы. Вероятно, интерес к данному артефакту и самому божееству был навеян вагнеровским творчеством, к которому Бойс питал особую слабость.

2. Использование теонима **Thor** во вторичной номинативной функции

Использование теонима **Thor** во вторичной номинативной функции (метафоры и метонимии) составляет 31% примеров в нашем корпусе исследования.

Здесь чаще всего речь идет о разного рода киновоплощениях исходного образа германского божества, о метонимическом переносе аутентичного персонажа (в некоторых случаях – и его атрибутов) в область фантастики/мультипликации.

*Als **Thor** ist der australische Schönling Chris Hemsworth zu sehen, seinen bösen Adoptivbruder spielt wieder Tom Hiddleston, und auch die Oscar-Preisträger Natalie Portman und Anthony Hopkins sind erneut mit von der Partie.*

/Die Zeit, 28.10.2013 (online)/

В данном тексте, к примеру, мы имеем дело с аннотацией к фантастическому фильму «Thor 2», базирующемуся на комиксе от известной американской кинокомпании Marvel, где роль Тора исполняется австралийским актером Крисом Хемсвортом.

3. Использование теонима **Thor** во вторичных аллюзивных СИ

В 49,4% случаев исследуемый теоним использовался во вторичных СИ с аллюзией на первичный мифологический контекст.

*Einer der Demonstranten trägt nicht nur ein Banner der AfD, sondern auch ein T-Shirt von **Thor** Steinar, dem bekanntesten Modelabel der rechten Szene.*

/Die Zeit, 29.08.2013, Nr. 36/

В данном тексте имя Тора используется с аллюзивной отсылкой к первичному мифологическому объекту в названии известного бренда одежды *Thor Steinar* (TS), популярной среди участников молодого политического объединения *Alternative für Deutschland* (AfD). Использование имени Тора в названии модного бренда отсылает к идеологическим взглядам партии, направленным на защиту национальных интересов.

Для продукции TS характерны изображения, выдержанные в суровой эстетике нордических преданий: волков, ворон, древних воинов с характерной экипировкой и холодных северных пейзажей, которые в сочетании с острыми надписями создают довольно сильный эффект. Подобная тематика не могла не привлечь внимание участников политической сцены, т. к. внешний имидж всегда являлся важной составляющей политических деятелей.



Помимо евроскептицизма, в идеологической платформе партии AfD заложено стремление к удержанию (или даже возрождению) культурных и национальных традиций. На этой почве имеет место безусловный интерес к немецкой литературе, истории, мифологии. Грозные, патетические, воспетые мифом образы богов и героев-защитников, вступающих в славные битвы, хорошо соотносятся со спецификой современной политической борьбы. Поэтому наличие брендовой одежды с акцентом на германские корни является блестящей возможностью не только выразить свою политическую принадлежность, но и продемонстрировать свое уважение к культурным ценностям, к традициям и корням. Это объясняет тот факт, что марка TS приобрела свою скандальную популярность и используется нередко для распознавания сторонников в рамках молодежной субкультуры.

Таким образом, изучая употребление мифонимов в публицистике сегодняшнего дня, мы можем отметить сохранение их значимости для языка и культуры, что подтверждается их активным использованием в публицистическом дискурсе. Это свидетельствует о востребованности мифа в сознании представителей немецкоязычного культурного сообщества и доказывает релевантность мифологических образов для современного европейского культурного кода и актуальность германской мифологии в целом для современной картины мира.

ЛИТЕРАТУРА

- Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. М.: ЭКСМО, 2006. 669 с.
Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 366 с.

XI Всероссийская научно-практическая конференция молодых учёных «Диалог языков и культур: лингвистические и лингводидактические аспекты». Тверь, 25 апреля 2019 г.

Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dwds.de/> (дата обращения: 06.05.2019).