

УДК 811.112.2

ББК 81.432.4–006

Лингвокультурологический потенциал немецких прозвищ, содержащих аллюзию

Н. А. Аблова

Сибирская государственная геодезическая академия
(Новосибирск, Россия)

Cross-Cultural Potential of Containing Cues German Nicknames

N. A. Ablova

Sibirian State Academy of Geodesy (Novosibirsk, Russia)

В статье на материале немецких прозвищ рассматривается феномен аллюзии в ракурсе ее национально-культурной специфики. Наиболее благодатной сферой применения прозвищ, содержащих аллюзию, оказывается политический и юмористический дискурс. Прозвища используются в них для создания образов политиков. Поскольку аллюзия является ярко выраженным средством актуализации фоновых знаний и культурных кодов (концептов источника), восприятие политического и юмористического дискурса людьми другого языкового сообщества не представляется возможным без погружения в эти знания. Поэтому целью данной статьи было выявить прагматические, коммуникативные и лингвокультурологические характеристики прозвищ, содержащих аллюзию. В качестве прагматической характеристики такого рода прозвищ можно назвать их суггестивный потенциал, поскольку в большинстве своем они имеют ироническую или сатирическую импликацию, а ирония, как известно, активизирует психическую сторону восприятия текста адресатом, «обезоруживает» его. Читатель, разгадывающий иронию, получает эстетическое и интеллектуальное удовольствие, которое выражается в смеховой реакции. Эта реакция читателя помогает журналисту сделать читателя своим единомышленником. Коммуникативная характеристика заключается в налаженной благодаря использованию иронического, сатирического подтекста обратной связи. А использование лингвокультурологического подтекста помогает достичь коммуникативных и прагматических целей высказывания.

Ключевые слова: прозвище, аллюзия, политический и юмористический дискурс, фоновые знания, ироническая, сатирическая и культурная импликация, прагматические, коммуникативные и лингвокультурологические характеристики прозвищ.

The author of this article considers nicknames as a cue from the point of view of national-cultural description. The scope of containing cues nicknames's application is political or comic discourse. Nicknames are used for making of political figure's images. As the cue is the actualization's means of background information and cultural code, people of other language community can't interpret political or comic discourse without dipping in this information. Therefore the purpose of this article is to elicit communicative, pragmatical and cross-cultural characteristics of the german nicknames containing cues. As the pragmatical characteristic it would be like to emphasize the suggestive potential of nicknames, because most of them have a comic or a satirical implication. The irony activates the psychical perception of the text by readers. The irony guessing's reader become estetical and mental pleasure. The irony touches off a comic reaction inter readers, therefore readers would like to hold the view of journalist. Using of the comic or the satirical implication helps to journalist to seek feedback with reader. This is the communicative characteristics. And using of the cross-cultural implication helps to archieve communicative and pragmatical purposes of the speech.

Key words: nickname, cue, background knowledge, political or comic discourse, comic, satirical, cross-cultural implications, communicative, pragmatical and cross-cultural characteristics.

DOI 10.14258/izvasu(2014)2.2-31

Национально-культурная специфика немецких прозвищ до сих пор остается малоизученной. При создании прозвищ наблюдается частое обращение к такому стилистическому выразительному средству, как аллюзия. Наиболее благодатной сферой применения прозвищ, содержащих аллюзию, оказывается политический и юмористический дискурс. По мнению многих, антропонимы являются важнейшими ориентационными знаками политического дискурса. Особое место в нем занимают прозвища, так как используются СМИ для создания образов политиков [1]. Поскольку аллюзия является ярко выраженным средством актуализации фоновых знаний и культурных кодов (концептов источника), восприятие политического и юмористического дискурса людьми другого языкового сообщества не представляется возможным без погружения в эти знания. Поэтому данная статья является актуальным исследованием, цель которого — выявить прагматические, коммуникативные и лингвокультурологические характеристики прозвищ, содержащих аллюзию.

Наиболее распространенными источниками аллюзий, как известно, являются:

- классическая литература,
- исторические события,
- крылатые выражения, пословицы, поговорки,
- киноиндустрия,
- СМИ,
- социально-бытовые реалии.

Поскольку прозвища, содержащие аллюзию, помимо буквального смысла имеют второй план, заставляющий читателя обратиться к тем или иным воспоминаниям, ощущениям, ассоциациям, т. е. соответствуют требованиям функциональных особенностей стиля газетных заголовков (большая информативность и одновременное сжатое представление), наиболее популярное место обитания такого рода прозвищ в политическом дискурсе — газетный заголовок. Проанализируем прозвище политика партии СДПГ Урсулы Энгелен-Кэфер (Ursula Engelen-Kefer) *Heilige Johanna des Sozialen*, используемое в заголовке интернет-статьи ежемесячного немецкого политического журнала „Cicero“ от 24 июля 2004 г.:

(1) „Heilige Johanna des Sozialen“ [2].

Прозвище представляет собой двойную аллюзию. Во-первых, оно апеллирует к прецедентному тексту Бертольта Брехта „Die heilige Johanna der Schlachthöfe“, где главная героиня во время кризиса пытается найти социальный компромисс между рабочими фабрики, оказавшимися на улице после увольнения, и могущественными работодателями. Во-вторых, сама героиня этого произведения (Johanna Dark) является аллюзией на исторический персонаж Жанну д'Арк (Jeanne d'Arc), которая причислена к лику святых и является символом противостояния.

Это прозвище в заголовке привлекает внимание само по себе, но полное значение его раскрывается

из текста статьи, СМИ представляют Урсулу Энгелен-Кэфер как неутомимого, неподкупного борца за права рабочих и социально слабых слоев населения:

(2) „unermüdliche und unbestechliche Kämpferin für die Rechte der Arbeitnehmer und der sozial Schwachen“ [2].

В данном случае положительный образ этого политика создается благодаря положительным коннотациям и ассоциациям, которые вызывают у читателей этот литературный персонаж.

Заголовок немецкой интернет-газеты „Preußische Allgemeine Zeitung“ от 15 января 2011 года, а также текст статьи газеты „Berliner Kurier“ от 2 сентября 2011 года, использующие прозвище политика партии Левых Гезины Лёчж (Gesine Löttsch) *Heilige Johanna der Alt-Tschekisten*, представляют совершенно другой образ политика, несмотря на кажущуюся однотипность образования этого прозвища с прозвищем из предыдущего примера (1):

(3) „Heilige Johanna der Alt-Tschekisten“ [3]

(4) „SPD-Chef Michael Müller lobte die rot-rote Senatsleistung und dröhnte gegen CDU und Schwarz-Grün, aber speziell gegen die Grünen: „Sie halten sich jedes Hintertürchen offen“. CDU-Chef Frank Henkel keilte zurück: „Mir wird angst und bange, wenn Sie glauben, was Sie sagen“. Volker Ratzmann, Fraktionschef der Grünen, erklärte die SPD zum Filz-Verein. Die Linke bekam zu hören, dass ihre Vorsitzende Gesine Löttsch „die Heilige Johanna der Tschekisten“ sei“ [4].

Так как прозвище *Heilige Johanna der Alt-Tschekisten* построено на противоположных концептах: с одной стороны — положительный образ Йоханны Дарк из произведения Б. Брехта, с другой — отрицательный образ Штази, Министерства государственной безопасности ГДР, прозвище носит иронический оттенок. Скрытая импликация — критика в сторону Гезины Лёчж, которая оказывала поддержку бывшим сотрудникам Штази, всячески содействовала их попыткам войти в политическую жизнь страны [5], выступала за терпимость к бывшим сотрудникам министерства госбезопасности ГДР [6].

Интерпретация этого подтекста невозможна без владения фоновыми знаниями о том, что Штази была германским вариантом НКВД — немецкой Лубянкой и любая связь с этим страшным этапом в истории ГДР воспринимается негативно.

Еще один пример иронического использования прозвища для создания отрицательного образа политика представляет статья „Jobkiller Rüttgers“ от 8 февраля 2008 г. в блоке „Aufschreiblog“ [7]. В ней прозвище политика партии ХДС Юргена Рюттгерса (Jürgen Rüttgers) *Robin Hood* звучит в ироническом контексте, поскольку Юрген Рюттгерс, набравший очки в выборах за счет образа Робин Гуда, обвиняется здесь в спекуляциях, связанных с деньгами налогоплательщиков:

(5) „...Diese Bank des Herrn Rüttgers heißt WestLB und hat mit Immobilien- und Aktienspekulationen Milliarden verzoockt. Dafür bekommt sie jetzt ca. drei Milliarden Euro Steuergeld von den öffentlichen Eigentümern, anderen Spitze *der Robin Hood von Rhein und Ruhrsteht...*“ [7].

В данном примере ироническая аллюзия на Робин Гуда служит средством выражения авторской оценки журналистом Юргена Рутгерса и создания комического эффекта, усиления аргументации. Сила убеждения иронии формируется за счет того, что выраженная в ней оценка не навязывается, а «прочитывается» самим адресатом.

Не любое прозвище, содержащее аллюзию, удостоивается ранга заголовка — для такого ранга нужны не только стойкие ассоциации, но и яркая, меткая и неожиданная импликация. Так, в качестве примера можно привести прозвище немецкого политика партии СДПГ Курта Бека (Kurt Beck) Mecki, используемого журналистами в заголовках онлайн-журнала № 16 за 2006 г. „Focus“ и онлайн-портала сообщества журналистов „Readers-edition“:

(6) „*Mecki statt Messias*“ [8].

(7) „*Mecki reguliert die Welt*“ [9].

Mecki — имя известного персонажа немецких мультфильмов и комиксов 1950–1970-х годов ежика Mecki, симпатичного и веселого, покоряющего сердца людей. Заголовки используют антитезу, заключающуюся в противопоставлении образов, связанных между собой общей конструкцией (в примере 6 Mecki противопоставляется мессии) и внутренним смыслом (в примере 7 Mecki противопоставляется правителю мира). СМИ пытаются убедить нас в этих заголовках посредством антитезы в том, что Курт Бек — слабая политическая фигура.

В качестве источника аллюзии может выступать и политическая карикатура. Политическая карикатура определяется как частично или полностью креолизованный текст, ее вербальный и изобразительный компоненты образуют одно визуальное, структурное и смысловое целое [10]. Политическая карикатура входит в пространство смехового (комического или юмористического) дискурса. Ее коммуникативная цель заключается в сатирической критике злободневных социальных и политических событий, поэтому аллюзия на политическую карикатуру тоже носит сатирический характер или, по крайней мере, иронический.

Так, например, немецкий сатирический журнал «Титаник» в конце 1980-х годов изобразил политика Ганса-Дитриха Геншера как супергероя Бэтмена (человек — летучая мышь), только вместо крыльев большие уши и вместо имени Batman имя Genschman. Эта политическая карикатура была создана, когда Геншер находился на пике своей карьеры и воспринимался как герой, так как выступал за объединение Германии. Карикатурный образ был настолько удачным, что даже

стал использоваться в серии комиксов 90-х годов под названием „Genschman“. Аллюзия на этот карикатурный образ встречается и в современных СМИ, например в заголовках газет „Stuttgarter Zeitung“ от 12 декабря 2013 г., „Handelsblatt“, „Die Presse“, где обсуждается прилет Ходорковского в Германию и встреча его с Геншером:

(8) „Genschman“, übernehmen Sie! [11].

(9) „Genschman“ wartete am Flughafen [12].

(10) „Der Coup des Schlitzohrs: „Genschman“ in Geheimmission“ [13].

Или заголовок статьи в газете „Der Spiegel“ от 9 ноября 2009 г., посвященной немецкому политику Гидо Вестервелле (Guido Westerwelle):

(11) „Die Rückkehr von Genschman“ [14].

Благодаря тому, что заголовки звучат как заголовки очередной серии комиксов, создается эффект комичности описываемого. Соответственно прочитывается ироническая оценка журналистом этого события (примеры 8, 9, 10) и деятельности этого политика (пример 11).

Часто временной континуум играет важную роль в восприятии той или иной аллюзии. Например, в газете „Spiegel“ в 26 номере за 1967 г. появилась статья, где известные политики Франц Йозеф Штраус (политик партии ХСС) и Карл Шиллер (политик партии СДПГ) впервые сравниваются с героями стихотворения Вильгельма Буша «Плиш и Плум» (Plisch und Plum) из-за их тесного сотрудничества. В 1968 г. была создана политическая карикатура, изображающая их в виде собак. Невозможно понять до конца иронический подтекст этой аллюзии без фоновых знаний об экономических и политических трудностях Германии середины 1960-х гг.: спаде в экономике, обострении финансовых проблем, появлении массовой безработицы. Все это, по мнению многих экспертов, свидетельствовало о неспособности власти заботиться о нуждах и интересах народа. Правительственный кризис 1966 г. и создание «большой коалиции» интерпретировали как показатель несовершенства парламентско-демократической системы. Сравнение с наглыми бестолковыми псами Plisch und Plum, действия которых бессмысленны и постоянно приводят к плачевным результатам, наглядно демонстрирует нам это:

(12) «...Als ob Busch um die Profilierungs-Spielchen wußte, die zwischen den politischen Partnern ablaufen, dichtete er:

„Jeder möchte vorne stehen,

Um entzückt hinauf zu spähen.

Hat sich Plisch her vorgedrängt,

Fühlt der Plum sich tief gekränkt.

Drängt nach vorne sich der Plum,

Nimmt der Plisch die Sache krumm...“ [15].

(13) „...Der Finanzverbund, der damals geflochten wurde, erwies sich im nach hinein als entscheidende Reformbremse in Deutschland. Jede Reform von

Еinkommensteuer, Körperschaftsteuer, Umsatzsteuer, Gewerbesteuer bedarf der doppelten Mehrheit von Bundestag und Bundesrat. Alle staatlichen Ebenensindeng mit einander verflochten, sowohl bei den Einnahmen als auch bei den Ausgaben und Aufgaben. Dieser Knoten fesselt Bund und Länder gleichermaßen; in der Sprache Buschs klingt das so:

„Seht, da sitzen Plisch und Plum
Voll Verdruß und machen brumm!
Denn zwei Ketten, gar nichtlang,
Hemmen ihren Tatendrang...“ [15].

(14) „...Denn gab es Groteskeres in der Grollen Koalition als dieses herzenseinige Gekratze und Gewedele zweier Figuren, die ihrem Herkommen nach geborene Feinde hätten sein müssen? „Gibt Plisch Laut, nickt Plum. Gibt Plum Laut, nickt Plisch...“ [15].

Интересен тот факт, что в начале 2000 г. иронический подтекст этого политического союза потерял свою актуальность. Мало того, он стал преподноситься журналистами как чудо, принесшее только благо для страны:

(15) „...Die schwarz-rote Koalition von 1966 bis 1969 mit Karl Schiller und Franz Josef Strauß gilt bis heute als *Erfolgsmodell*... *Das Hauptverdienst kam damals „Plisch und Plum“ zu*, wie das ungewöhnliche Gespann aus Wirtschaftsminister Karl Schiller (SPD) und seinem Finanzkollegen Franz Josef Strauß (CSU) genannt wurde. Gemeinsam betrieben sie *eine investitionsfördernde, antizyklische Wirtschaftspolitik*. Die Kehrseite der Medaille war die alles erstickende Dominanz der großen Parteien: Entscheidungen fielen in informellen Runden, nicht mehr im Bundestag. Der Versuch, durch die Einführung des Mehrheitswahlrechts die kleinen Parteien zu ersticken, scheiterte nur knapp...“ [16].

(16) „*Wie „Plisch und Plum“ den Staat sanieren*“ [17].

(17) „...Beide brachten ein hohes Maß an detailliertem Fachwissen und an politischer Weitsicht ein. Sie wa-

ren starke, selbstbewusste Persönlichkeiten. Und beide hatten eine gehörige Portion persönlichen Respekt vor einander — so konnten sie zum *Traumpaar der deutschen Nachkriegspolitik* geraten und schließlich in der Öffentlichkeit als „*Plisch und Plum*“ wahrgenommen werden, obwohl sie eigentlich kaum Ähnlichkeiten mit jenem von Wilhelm Busch erfundenen pffiffig-frechen Hundepaar hatten...“ [17].

Таким образом, для создания образов политиков очень активно применяются прозвища-аллюзии. Прозвища-аллюзии, имеющие яркие, меткие и неожиданные импликации, используются в политическом дискурсе на ключевых позициях — в заголовках. Правильная интерпретация этих импликаций напрямую зависит от наличия фоновых знаний у читателей (знаний прецедентных имен, текстов, ситуаций), а также знаний коннотаций, ассоциаций, которые они вызывают или вызывали в тот или иной период времени в данной культуре. В ходе исследования был отмечен ряд прагматических и коммуникативных характеристик прозвищ, содержащих аллюзии. В качестве прагматической характеристики такого рода прозвищ можно было бы назвать их суггестивный потенциал, поскольку в большинстве своем они имеют ироническую или сатирическую импликацию, а ирония, как известно, активизирует психическую сторону восприятия текста адресатом, «обезоруживает» его. Читатель, разгадывающий иронию, получает эстетическое и интеллектуальное удовольствие, которое выражается в смеховой реакции. Эта реакция читателя помогает журналисту сделать читателя своим единомышленником. Коммуникативная характеристика заключается в налаженной благодаря использованию иронического, сатирического подтекста обратной связи. А использование лингвокультурологического подтекста помогает достичь коммуникативные и прагматические цели высказывания.

Библиографический список

1. Парастаев Г.Н. Лексико-семантические особенности американского политического дискурса : автореф. дис ... канд. филол. наук. — М., 2012.
2. Vanessa de l'Or, Heilige Johanna des Sozialen [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.cicero.de/kapital/heilige-johanna-des-sozialen/37288>, 24.07.2004.
3. Michael Leh, Heilige Johanna der Alt-Tschekisten [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.webarchiv-server.de/pin/archiv11/0220110115paz17.htm>, 15.01.2011.
4. Wahlkampf: Die letzte Schlacht im Abgeordnetenhaus [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [\[liner-kurier.de/kiez-stadt/wahlkampf-die-letzte-schlacht-im-abgeordnetenhaus,7169128,10248176.html\]\(http://liner-kurier.de/kiez-stadt/wahlkampf-die-letzte-schlacht-im-abgeordnetenhaus,7169128,10248176.html\), 2.09.2011.](http://www.ber-

</div>
<div data-bbox=)

5. Gesine Löttsch [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://de.pluspedia.org/wiki/Gesine_L%C3%B6tzsch, 1.12.2013.

6. Autor im Gespräch: die Linke und die Stasi [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://investigativ.welt.de/2010/03/16/stasi-problem-fur-kunftige-linkspartei-chefin-lotzsch/>, 16.03.2010.

7. Jobkiller Rüttgers [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://aufschreiblog.blogspot.ru/2008/02/jobkiller-ruttgers.html>, 08.02.2008.

8. Mecki statt Messias [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.focus.de/politik/deutschland/sozialdemokraten-mecki-statt-messias_aid_217432.html, № 16, 2006.

9. Mecki reguliert die Welt [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.readers-edition.de/2007/10/27/mecki-reguliert-die-welt-ein-kommentar/>, 27.10.2007.

10. Ворошилова, М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics2/voroshilova-06.htm>,

11. „Genschman“, übernehmen Sie [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.chodorkowski-in-berlin-genschman-uebernehmen-sie.873b1e60-29b7-4b24-a0bf-bc340f3cab8d.html>, 21.12.2013.

12. „Genschman“ wartete am Flughafen [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.handelsblatt.com/politik/international/chodorkowski-in-freiheit-genschman-wartete-am-flughafen/9249668.html>, 20.12.2013.

13. Thomas Vieregge, Der Coup des Schlitzohrs: „Genschman“ in Geheimmission [Электронный ресурс]. —

Режим доступа : http://diepresse.com/home/politik/aussenpolitik/1510373/Der-Coup-des-Schlitzohrs_Genschman-in-Geheimmission, 22.12.2013.

14. Neukirch, Ralf, Die Rückkehr von Genschman [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-67682690.html>, 09.11.2009.

15. Manfred Schäfers, Plisch und Plum entzaubert [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/schiller-und-strauss-plisch-und-plum-entzaubert-1256243.html>, 28.09.2005

16. Joachim Käppner, Ahnengalerie mit Plisch und Plum [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.sueddeutsche.de/politik/grosse-koalition-ahnengalerie-mit-plisch-und-plum-1.804496>, 13.12. 2008.

17. Wie „Plisch und Plum“ den Staat sanierten [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.preussische-allgemeine.de/nachrichten/artikel/wie-plisch-und-plum-den-staat-sanierten.html>, 24.04.11.