

АНТРОПОНИМИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ В ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Статья посвящена изучению смыслообразующего потенциала антропонимической метафоры в современном газетно-публицистическом дискурсе. В качестве основополагающей парадигмы исследования выбирается герменевтический подход, с позиций которого антропонимическая метафора рассматривается как эффективное средство пробуждения рефлексии, тексто- и смыслопостроения, выполняющее изобразительную, контекстообразующую, метатекстуальную, когнитивную и экспликативную функции в публицистических текстах.

Ключевые слова: *прецедентный антропоним, антропонимическая метафора, герменевтический подход, газетно-публицистический дискурс, смыслопостроение, функция метафоры.*

Природа имени собственного, и в частности антропонима, уже довольно долгое время является предметом интереса философии, лингвистики, литературоведения. Однако вопрос о сущности имени собственного до сих пор остается дискуссионным. Одни исследователи определяют значение имени собственного (далее – ИС) как единично-референтное [1], другие говорят об отсутствии у ИС лексического значения [2], третьи утверждают возможность варьирования семантики имени собственного в зависимости от целей его употребления: ИС может приближаться к нарицательному в случае его переносного использования либо выполнять индивидуализирующую функцию, обозначая конкретного человека-носителя имени [3].

Последняя точка зрения соотносится с делением ИС в отечественной ономастике на индивидуальные, или имена с индивидуальными коннотациями (Наполеон, Иван Сусанин), и общие, или имена без индивидуальных коннотаций, использующиеся денотативно (Сергей, Елена) [4; 5]. Индивидуальные антропонимы, как правило, являются прецедентными: они актуальны в когнитивном плане и часто воспроизводятся в пределах лингвокультурного сообщества [6]. Общие имена способны переходить в разряд индивидуальных в том случае, если, обозначая определенное лицо, в процессе своего функционирования они вбирают в себя признаки своего носителя, обретают понятийную отнесенность и метафоричность. Именно такие случаи речевого употребления антропонимов, связанные с образованием у них вторичных значений в поле текста и дискурса, являются объектом рассмотрения данной статьи. Предметом изучения становятся конкретные функции антропонимических метафор как прецедентных ИС, «употребленных вне прямой референции» [7, с. 613], в газетно-публицистическом дискурсе.

Особенностью нашего подхода является трактовка метафоры с герменевтических позиций, что предполагает ее рассмотрение не просто в качестве риторической фигуры, используемой для экспрессивного

представления событий и персоналий, а как эффективного средства тексто- и смыслопостроения. Целью данной статьи, таким образом, является исследование смыслообразующего потенциала антропонимической метафоры и специфики ее функционирования в газетно-публицистическом дискурсе.

Воздействие, которое признается основной функцией газетно-публицистического дискурса, определяет его языковую направленность на создание экспрессивных и одновременно легко считываемых образов, позволяющих экономно и лаконично выразить идею автора. В связи с этим основными свойствами газетного дискурса современными исследователями называются такие, как интертекстуальность, образность, установка на языковую игру и эмоциональное воздействие на адресата [6; 8].

Прецедентные имена, использованные в функции метафоры, соотносятся со всеми указанными свойствами, особенно с интертекстуальностью и образностью [7], что объясняет их востребованность в газетном дискурсе. Так, метафора позволяет представить один объект в терминах другого посредством переноса качеств с «области-источника» на «область-мишени», в результате которого формируется образ. Образы, конструируемые при помощи антропонимических метафор, обладают высокой степенью эвристичности, связанной со способностью имплицитного сопоставления действий, поступков, взглядов, характеров разных людей. Вплетая в тело текста элементы других прецедентных для данной культуры ситуаций, они оказывают эмоциональное воздействие на реципиентов.

Это происходит прежде всего благодаря действию механизма метафоризации, преобразующего прецедентный антропоним в сложный знак путем актуализации определенных дифференцирующих признаков имени. Данные признаки, как правило, апеллируют к опыту, к общей когнитивной базе [9] представителей лингвокультурного сообщества, указывая на эталонную, общепризнанную совокупность качеств, на некий инвариант восприятия стоящего за именем объекта.

Таким образом, метафорическое употребление прецедентных антропонимов обеспечивает включение в линейное развертывание текста дополнительных смыслов, вызывающих в сознании реципиента целый спектр реминисценций, связанных с соответствующей культурно-прецедентной ситуацией и/или его личным опытом. В герменевтической традиции такая способность метафоры обеспечивать быстрое усмотрение смыслов и понимание текста связывается с ее эффективностью как средства тексто- и смыслопостроения, обуславливающего пробуждение рефлексии [10]. Рефлексия при этом определяется как процесс освоения текстовой ситуации посредством соотнесения определенности в тексте реальности с опытом предшествующей, в том числе и текстовой, деятельности субъекта [11].

Пробуждая рефлексии, метафора «запускает» процессы понимания, быстрее других текстовых средств обеспечивает выход к смыслам текста посредством связывания опыта реципиента с текстовой ситуацией и выстраивания на этой основе нового опыта, который и есть суть акта понимания [11]. Обладая фасциативными свойствами, а именно способностью «высвечивать» смыслы текста, метафора является и проводником к усмотрению заложенных автором смыслов, а следовательно, обуславливает реализацию целей и функций, усиливая «прагматическое воздействие текста» [6].

Препятствием к усмотрению метафорических значений может стать только недостаточный уровень развития языковой личности, отсутствие фоновых знаний, необходимых для интерпретации национальных стереотипов культуры [12]. В связи с этим газетный дискурс, направленный на широкую адресную аудиторию, как правило, эксплуатирует прецедентные, то есть значимые для данной культуры, образы, выдвигая на передний план редуцированные, ограниченные характеристики стоящего за прецедентным именем объекта. Именно поэтому антропонимические метафоры превращаются в метафоры-символы, за которыми стоят весьма определенные общекультурные значения.

Так, Обломов в газетных текстах символизирует только ленивого человека: *Ленивый и Обломов – это почти синонимы* (Известия. 2010. 8 ноября); *Обломов и Иванушка-дурачок – наши национальные герои* (Известия. 2010. 10 ноября); Манилов – бездействующего мечтателя или прожектера: *Понимаете, построить можно много всего, включая тот мост, о котором мечтал Манилов* (АИФ. 2008. 8 апреля); *Из Медведева сделали Манилова* (МК. 2012. 20 октября); Мавроди – финансового махинатора и мошенника: *Этот эффект я называю эффектом Мавроди* (АИФ. 2011. 29 сентября); *Разве можно выгонять из Госдумы за поли-*

тику, а не за явный криминал (как когда-то афериста Мавроди)? (АИФ. 2012. 2 июля) и т. п. Благодаря этому, метафоры, используемые в текстах СМИ, оказываются способными вызывать рефлексивные переходы в сознании адресатов, обуславливая усмотрение смыслов текста и достижение целей автора. Все сказанное позволяет нам сформулировать основные функции антропонимической метафоры с точки зрения реализации ее смыслообразующего потенциала в текстах газетно-публицистического дискурса.

Большинство исследователей, описывая функции прецедентного антропонима, справедливо ориентируются на функции того типа дискурса, в котором он появляется. Среди функций прецедентного ИС в газетно-публицистическом дискурсе выделяются такие, как оценочная, поэтическая или эстетическая, экспрессивная, коммуникативная, номинативная, прагматическая, людическая, связанная с языковой игрой, эвфемистическая, парольная и др. [6; 13; 14]. Рассматривая антропонимическую метафору с герменевтических позиций, прежде всего как средство тексто- и смыслопостроения, мы предлагаем следующую классификацию ее функций в газетно-публицистическом дискурсе:

1. **Изобразительная функция** антропонимической метафоры связана с действием самого механизма метафоризации, позволяющего представить одни явления в терминах других, выразить индивидуальное видение действительности автора путем создания необычных образов. Так, цель представить Россию как жертву информационной войны на международной арене приводит автора к использованию образа главного героя известного произведения Дж. Свифта – Гулливера: *«Опутанного со всех сторон Гулливера напоминает в последнее время Россия на международной арене. Вся разница между героем Свифта и нашей страной в том, что мешающие нам двигаться нити носят не физический, а информационный характер»* (МК. 2009. 8–15 июля).

2. **Контекстобразующая функция** заключается в отражении сложности и многоуровневости текста. Проявление данной функции является следствием реализации антропонимической метафорой способности растягивать смысл, в результате чего выстраивается единая смысловая нить текста, на которую «нанализываются» частные смыслы, в совокупности создающие эффект многоплановости и целостности текста. В данном случае антропонимическая метафора появляется уже в начале текста, например: *«По большому городу среди богатых домов бродит маленький человек. Он ищет свой чемоданчик. И правда, очень маленький человек. Я его сразу узнала: это гоголевский Акакий Акакиевич, только лишился он не своей шинели, а*

инструментов» (КП. 2012. 10 мая). Далее образ постепенно развертывается по ходу текста: «Он, не говоря худого слова, окончательно вступил на путь **Акакия Акакиевича**» (КП. 2012. 10 мая). И наконец, подводит автора к формулированию главной идеи: «Плевать большому человеку и на **Евгения**, и на **Акакия**, и на **настройщика Петра**. Вот он, камертон наших душ: **кривенький старик с глупой бедой**» (КП. 2012. 10 мая).

3. **Когнитивная функция** связана с реализацией познавательного потенциала метафоры, с помощью которой в сознании индивидуума осмысливаются события и действия, проводятся параллели, строятся аналогии [15]. Метафора позволяет фиксировать происходящие в обществе изменения, предсказывать возможное развитие событий и представлять явления и объекты в их перспективе. Так, проблема воспитания патриотизма у детей может представляться путем создания метафорических противопоставлений, в которых фигурируют герои отечественных и зарубежных сказок, былин, фильмов: «**Почему Бэтмен бьет Илью Муромца?**» и далее: «**Царевна-лягушка – она ж прикольнее Спайдермена!**» (АИФ. 2010, 17 сентября). Метафора при этом позволяет достичь эффекта эмпатии, позволяя моделировать реакции адресатов, влиять на возникновение определенного оценочного мнения, формировать нужное автору видение проблемы адресатом.

4. **Метатекстуальная функция** связана с возможностью развертывания не только основных, но и побочных метафорических смыслов в процессе развития текстового повествования, которые в то же время обладают способностью перетекать из одного текста в другой. С одной стороны, реализация данной функции служит формированию многоплановости текста, о которой уже шла речь. С другой стороны, вследствие перенесения смыслов из текста в текст, метафора создает основу некоторого единства текстов, обеспечивая своеобразие смыслового поля культуры, в рамках которого происходит обращение смыслов и значений.

Метатекстуальность метафоры проявляется, например, в случаях актуализации метафорического смысла в новом тексте, что может быть вызвано аналогией ситуации, «живучестью» метафорического образа. Так, образ **Золушки** из текста в текст символизирует неожиданную удачу, позитивные изменения в жизни, ожидание чуда и упование на него: «**Для того чтобы превратиться из Золушки в принцессу и отправиться на старосветский бал, «Анжи» оставалось сделать всего один шаг <...>**» (Известия. 2012. 23 августа); «**На это уйдет какое-то время. Ведь за одну ночь чудеса бывают только**

в сказке про Золушку, где тыква превращается в карету, крысы – в лошадей и все хорошо. Новую полицию нужно строить» (Известия. 2012. 9 апреля); «**В каком венце вышла замуж английская Золушка – русских цариц или Картье?**» (КП. 2011. 30 апреля); «**Не все, к сожалению, становятся Золушками**» (МК. 2009. 8–15 апреля). Интересно, что данный образ оказывается настолько динамичным, что может получать совершенно неожиданное развитие как, например, в статье о Сюзен Бойл – немолодой женщине-домохозяйке, которая едва не одержала победу в британском конкурсе талантов, – **Золушка** обретает авторское определение, расширяющее границы традиционного употребления образа: «**Необычная история Золушки бальзаковского возраста привела в экстаз даже американского президента**» (КП. 2009. 28 мая – 4 июня).

5. **Функция экспликации и языковой экономии** заключается в возможности емкого и/или упрощенного метафорического представления идеи автора на основе такого соотнесения рефлексивных областей, в рамках которого сложное оказывается простым и очевидным. Так, в следующем примере метафорическое использование прецедентного имени позволяет автору выразить идею, не прибегая к дополнительным объяснениям: «**Хроническая бедность (начиная с детства) порождает особую психологию неуважения – к личности, обществу, власти, стране. В результате у нас появляются Куцёвки, майоры Евсюковы, садистские отделы милиции <...>**» (АИФ. 2012. 5 апреля). Или другой пример: «**Не каждый аккордеонист – Петр Дранга. <...> Но играть на аккордеоне, как Петр Дранга, хотят все**» (Т. Аракчеева. Судьба идти одной дорогой // КП. 2009. 4–11 июня). Стилистически поддержанный сравнением «как Петр Дранга» образ аккордеониста призван актуализировать такие смыслы, как «талант», «виртуозность», «успех».

В заключение следует отметить, что разграничение всех функций антропонимической метафоры в публицистическом дискурсе является условным и проведено с целью наглядной демонстрации ее смыслообразующего потенциала. Встречаясь в текстах газетно-публицистического дискурса, антропонимическая метафора, как правило, объединяет в себе различные функциональные проявления. При этом огромные возможности антропонимической метафоры в плане создания и активации образов культуры, их проецирования на новые ситуации, ее способности программирования реакции реципиента делают ее незаменимым средством смыслопостроения в современном газетно-публицистическом дискурсе.

Список литературы

1. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М.: «Р. Валент», 2001. 200 с.
2. Курилович Е. Положение имени собственного в языке // Очерки по лингвистике. М.: Тривиум, 2000. С. 251–266.
3. Блох М. Я., Семенова Т. Н. Имена личные в парадигматике, синтагматике и прагматике. М.: Готика, 2001. 193 с.
4. Гудков Д. Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского языка // Язык, сознание, коммуникация. Сер. 4. Филология, 1998. № 6. С. 34–39.
5. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. 336 с.
6. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург, 2007. 207 с.
7. Ратникова И. Э. Ономастическая игра в публицистике: структура и функции // *Rossica olomucensia XXXVIII (za rok 1999)*. 2. cast. Olomouc. 2000. S. 613–619.
8. Боярских О. С. Прецедентные феномены со сферой-источником «литература» в дискурсе российских печатных СМИ (2004–2007 гг.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 24 с.
9. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. Минск: Изд-во «Тетра Системс», 2005. 256 с.
10. Крюкова Н. Ф. Метафорика и смысловая организация текста. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2000. 163 с.
11. Богин Г. И. Типология понимания текста. Калинин: КГУ, 1986. 87 с.
12. Костомаров П. И. Специфика использования прецедентных имен в дискурсе носителя немецко-разговорной речи Сибири // *Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin)*. 2012. Вып. 10 (125). С. 44–47.
13. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов: дис. ... канд. наук. Волгоград, 1999. 174 с.
14. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 288 с.
15. Рохвадзе Р. Ф. Метафорические модели концепта *fact* в современном английском языке // *Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin)*. 2011. Вып. 9 (111). С. 100–105.

Васильева С. Л., доцент, кандидат филологических наук.

Национально-исследовательский Томский политехнический университет.

Пр. Ленина, 30, Томск, Россия, 634050.

E-mail: vasilyeva_sl@mail.ru

Материал поступил в редакцию 29.01.2013.

S. L. Vasilyeva

THE FUNCTIONS OF ANTHROPONASTIC METAPHOR IN PUBLICISTIC DISCOURSE

The article regards anthropomastic metaphor in publicistic discourse from the hermeneutic point of view, reveals its potential in creating text semantic structure, and defines the functions of the anthropomastic metaphor in publicistic discourse.

Key words: *precedential anthroponym, anthropomastic metaphor, publicistic discourse, hermeneutics, metaphor functions, semantic structure.*

National Research Tomsk Polytechnic University.

Pr. Lenina, 30, Tomsk, Russia, 634050.

E-mail: vasilyeva_sl@mail.ru