

ЦОНЕВА Л.М.

*г. Велико-Тырново, Болгария*

E-mail: liliconeva@abv.bg

81:38

DOI 10.26170/ufv20-02-18

## ОНОМАСТИЧЕСКАЯ ИГРА В МЕДИАОБРАЗЕ АНГЕЛЫ МЕРКЕЛЬ

**Аннотация.** В работе рассматриваются некоторые проявления ономастической игры – игры с именем и фамилией канцлера Ангелы Меркель. Самые активные среди них – окказиональные слова и каламбуры. Анализ базируется на материале из современных российских медиа.

**Ключевые слова:** языковая игра, ономастическая игра, прозвища, перифразы, окказиональные слова, каламбур

TSONEVA LILYANA

*Veliko Tarnovo, Bulgaria*

## ONOMASTIC PLAY IN THE MEDIA IMAGE OF ANGELA MERKEL

**Abstract.** The paper deals with some manifestations of the onomastic play, particularly, the play with the name and surname of German chancellor Angela Merkel. The most active among them appear to be occasional words and puns. The analysis is based on contemporary Russian mass media texts.

**Keywords:** language play, onomastic play, nicknames, paraphrases, occasional words, pun

Предметом внимания в данной работе являются некоторые игровые языковые средства, участвующие в создании медиаобраза канцлера Германии Ангелы Меркель. В качестве материала для анализа используются тексты из печатных российских СМИ, реже – материалы интернета. Выбор материала для анализа обусловлен тем, что СМИ, как хорошо известно, не только и не просто информируют о политических

субъектах, но и определенным образом, используя разнообразные вербальные и невербальные средства, формируют отношение к ним, оценку их действий и качеств. Поэтому можно считать, что медиаобраз политика – это „экранный образ“, нередко далекий от реального – массмедиа могут подчеркивать, усиливать значение некоторых черт политика, „замалчивать“ другие и т. д.

Анализ большого количества медиатекстов, посвященных А. Меркель, а также другим женщинам, занимающим ключевые позиции, позволяет убедиться в том, что образ женщины-политика имеет свою специфику – он богаче и сложнее образа политика-мужчины, поскольку в нем есть дополнительные гендерные характеристики. Почти всегда предметом обсуждения и оценки являются внешность женщины, стиль, умение одеваться и т. п.; при этом от женщины-политика требуется почти невозможное – работать по-мужски, сохраняя женскую красоту и обаяние.

По мнению Е.Б. Матыгиной, фигуры женщин-политиков освещаются реже, их портреты создаются с учетом гендерных ожиданий, а их внешность обсуждается чаще, чем их деловые качества [Матыгина 2011: 183].

Все это имеет важное значение и в моделировании образа Ангелы Меркель – одной из важнейших политических фигур современности. Ее личность является темой активного обсуждения в российских СМИ, и это вполне объяснимо, если учитывать, кроме всего, российско-германские отношения, которые при А. Меркель определяются как довольно сложные.

А. Меркель является канцлером Германии с 2005-ого года и лидером правящей партии „Христианско-демократический союз“ с 2000-ого года. Она – первая женщина, занимающая любой из этих постов. Более того, А. Меркель нередко определяют как самую могущественную женщину в мире.

Ср. об этом: *„Нет такого уголка в мире, где не знают Ангелы Меркель и не признают ее влияния. <...> Немецкий канцлер действительно очень тихая и последовательная, годами носит пиджаки одного типа и не дает поводов для пересудов, поэтому мировая общественность пытается предугадать ее действия по*

*изгибу брови или неудовольствию во взгляде. Впрочем, если кто-то и знает рецепт головокружительной политической карьеры, так это она: много работать, никогда не жаловаться, жить скромно, надеяться на лучшее и вести еженедельный“ (spletnik.ru)*

В образе А. Меркель много противоречивого. Одобряя в целом ее „мужские“ качества – силу, стойкость, непоколебимость, А. Меркель очень часто критикуют за мужской стиль одежды (она уже много лет носит скучные брючные костюмы, которые определяют как «униформу»), за отсутствие вкуса и женского обаяния.

В то же время внешность и скромный гардероб А. Меркель могут оцениваться положительно: *Ангела Меркель в девятый раз возглавила список 100 самых влиятельных женщин мира по версии журнала Forbes. При этом она является одним из наиболее популярных политиков у себя на родине. Добиться столь выдающихся успехов Меркель удалось, превратив то, что другие бы сочли недостатком, в достоинство. Подчеркнуто негламурный, неяркий имидж стал не только «визитной карточкой» 59-летнего канцлера, но и залогом ее успеха.* (lenta.ru 5.6.2014)

Неоднозначность личности А. Меркель подтверждается и метафорическими номинациями из разных сфер-источников; она обозначается и как человек с железным характером, и как заботливая мама: *«Меркель – это уникальный ледокол, и это женщина, которая, в отличие от многих, выполняет обещания», – говорит эксперт.* (gazeta.ru 29.5.2019); *Фрау Меркель – это не просто железный канцлер, а самая настоящая мама немецкого народа.* (33Live.Ru 6.2.17)

Важное место в медиаобразе А. Меркель, как и политического лидера вообще, занимают различные проявления языковой игры на базе его имени и фамилии. Игру с именем, по мнению Т.А. Гридиной, можно определить как ономастическую игру – это «особая разновидность ЯИ, основанная на актуализации ассоциативного потенциала имени собственного, что достигается при помощи различных приемов его (имени) трансформации и контекстуальной/референтной актуализации» [Гридина 2011: 219].

Отонимные игровые формы, как правило, появляются как реакция на политическую деятельность А. Меркель в целом, на

особенности ее личности, но чаще всего – как реакция на конкретные события, для выражения экспрессивной оценки политика и его роли в этих событиях.

Как и все ключевые имена, фамилия *Меркель* является активной основой для производных, причем в разных языках, и это вполне объяснимо, если учитывать место А. Меркель в политической жизни не только Германии, но и Европы и всего мира.

Одно из таких слов, активных в немецком языке, отражает разочарованность молодых немцев А. Меркель и ее политикой. Ср. пример:

*Я меркелю, ты меркелишь, он меркелит... В Германии фамилия Меркель становится глаголом. Издатель словарей немецкого языка Langenscheidt каждый год общается с молодыми пользователями сети и просит их выбрать «слово года», то есть отражающий последние изменения в языке жаргонизм или неологизм. На этот раз в опросах лидирует «merkeln» – «меркелить»: Merkeln, глагол: ничего не делать, не принимать никаких решений, не делать никаких заявлений. (Россия сегодня 28.8.2015)*

Интересные наблюдения над подобными производными словами находим в работе Я. Грегора и Е. Томашковой: «Достаточно длительное по европейским меркам правление канцлера ФРГ Ангелы Меркель не могло не найти отражения в языке – оно вызвало к жизни целый пласт неогенной лексики. <...> Если слово *merkeln* популярно в немецком публицистическом дискурсе, а *меркеленомика* – в русскоязычных СМИ, то неолексема *меркелизм* активно употребляется всеми медиа без исключения» [Грегор, Томашкова 2018]

Приведем пример из российских СМИ: *Психологи и политологи ввели новое понятие «меркелизм», что не только знак признания ведущего европейского политика, но и признание ее стиля. (Новая газета 5.5.2014)*

Отонимные производные, как правило, выражают негативную оценку референта, носителя имени. Например, для обозначения важной роли А. Меркель в правящей партии ХДС, в Германии и в Европе используется неологизм *меркелизация*,

образованный с продуктивным суффиксом *-ация*: *Как отметил в этой связи Spiegel, на съезде в Карлсруэ состоялась окончательная "меркелизация ХДС": от старой "западногерманской консервативной мужской партии" не осталось и следа. (Peoples.ru); "Меркелизация" может обречь на гибель проект единой Европы (Nakanune.ru)*

Интерес представляет употребление слова *меркелизация* в совсем другом значении – им обозначают безликость А. Меркель, отсутствие женского обаяния. Ср. об этом: *На днях The New York Times назвал безликие и бесполые образы, которые массово выбирают современные дамы-политики, «меркелизацией».* (lenta.ru 30.3.2015)

Подобные производные остаются обычно в рамках окказионального.

Исключительно активно в окказиональном словообразовании используется способ контаминации – способ компрессивного словопроизводства, при котором новая лексическая единица образуется на базе объединения начальных или конечных частей двух слов [Цонева 2017: 127].

Например: *Лучшее – враг хорошего. Усовершенствовать отлаженную машину «меркеленомики» очень сложно, а вот сломать – раз плюнуть.* (Московский комсомолец 9.3.2017)

Путем контаминации – объединения двух онимных основ – создано и окказиональное слово *Меркози*, которое является компрессированным выражением активной совместной работы А. Меркель и президента Н. Саркози: *Победа Никола Саркози на выборах лидера партии "Союз за народное движение" создала все условия для возрождения, пожалуй, самого тесного и самого влиятельного альянса в Европе – личного альянса Саркози и германского канцлера Ангелы Меркель. Этот союз настолько очевиден, что он даже получил название – "Меркози".* (Власть 8.12.2014)

Производные слова, как правило, остаются обычно в рамках окказионального, хотя иногда пополняют лексический фонд языка.

Интересно переплетается лингвистическое (некоторые особенности собственных имен) с экстралингвистическим в каламбуре, который строится на специальном объединении в

рамках ограниченного контекста многозначных слов, омонимов или паронимов, а также на оживлении внутренней формы слова. [Цонева 2017: 163].

В нашем анализе это можно увидеть в использовании имени *Ангела*, которое оказывается благодатной основой для обыгрывания из-за ощущения в нем апеллятива *ангел*: *Канцлер больше не строит из себя ангела* (Новая газета 18.11.2014); *Станет ли Меркель «Ангелом мира»?* (Московский комсомолец 6.2.2015)

Отметим, что ассоциации с апеллятивом в имени *Ангела* характерны для носителей русского языка, в то время как традиционные имена *Ангел* в болгарском, *Анхел* в испанском, *Анджелло* в итальянском и т.д., редко вызывают такие ассоциации в повседневном общении (разумеется, кроме случаев специального обыгрывания).

Каламбур может располагаться в заглавии, а основания для его создания (действия или качества А. Меркель) следует искать в контексте, как и во внетекстовых ситуациях: *Ангела не ангел* (Новые ведомости 12.12.2018) – текст о съезде партии ХДС, где А. Меркель впервые за много лет не переизбрали председателем; *Не железный ангел* (Московский комсомолец 20.09.2005) – текст о «домашней» А. Меркель, которая любит готовить и принимать гостей.

Каламбуры могут строиться и на внутренней форме фамилии *Меркель*. Они определяются как ложная этимологизация – слово связывается не с реальной, а с мнимой производящей основой *меркнуть*: *Меркель совсем померкла. Удастся ли канцлеру Германии сохранить свой пост* (Аргументы и факты 28.12.2016) – заглавие текста о положении А. Меркель после теракта в Берлине; *Ангела не меркнет* (Коммерсантъ 14.3.2018) – заглавие текста о переизбрании А. Меркель федеральным канцлером в четвертый раз; *Ангела не померкель* (Коммерсантъ 18.8.2018) – заглавие текста о В. Путине, который до встречи с А. Меркель поехал на свадьбу главы МИД Австрии. (В связи с этимологией фамилии *Меркель* отметим, что она толкуется по-разному в разных источниках, но все-таки чаще ее связывают со словами *mark*, *marcha* (пограничная полоса, область) и *ward(e)* (защитник, охранник).

Имя *Ангела* используется и в игровой трансформации прецедентных текстов – одной из самых активных форм языковой игры в современных печатных медиа.

Такая трансформация есть в заглавии текста, в котором анализируется слишком либеральная миграционная политика А. Меркель, на практике стоившая ей переизбрания на пост председателя ХДС и канцлера: *Ангела, открой личико!* (Комсомольская правда 11.9.2015)

В тексте также рисуется мрачная картина будущего Германии, вынужденной принимать чужую культуру, в том числе мусульманскую женскую одежду.

В данном случае внимание адресата привлекает замена компонента прецедентного текста из культового фильма „Белое солнце пустыни“, хранящегося в языковом сознании русского человека в определенном виде: «*Гюльчатай! Открой личико!*». Добавим, что этот прецедентный текст обычно относят к самым известным и любимым цитатам из кинофильмов советского времени.

В заключение отметим, что дальнейший анализ проявлений ономастической игры, а также разнообразных языковых и неязыковых средств, направленных на оценку действий и качеств Ангелы Меркель, может осветить особенности формирования сложного медиаобраза женщины-политика.

### *Литература*

*Грегор Я., Томашкова Е.* Как назвать Ангелу Меркель: неологизмы немецкого политического дискурса в иноязычных СМИ // *Quaestio Rossica*. Т. 6. 2018. № 4. С. 1160-1173.

*Гридина Т.А.* Этносоциокультурный контекст ономастической игры // *Политическая лингвистика*. №1(35). – Екатеринбург, 2011. С. 219-223.

*Матыгина Е.Б.* Описание внешности и стиля как особенность изображения женщин-политиков в СМИ // *Современная политическая лингвистика. Тезисы Междун. научной конференции*. – Екатеринбург, 2011. С. 183-186.

*Цонева Л.* Имена и люди. Ключевые имена в медиадискурсе. – Велико-Тырново, 2017.

#### REFERENCES

Gregor Ya., Tomashkova E. *Kak nazvat' Angelu Merkel': neologizmy nemeckogo politicheskogo diskursa v inoyazychnyh SMI // Quaestio Rossica. T. 6. 2018. № 4. – S. 1160-1173.*

Gridina T.A. *Etnosociokul'turnyj kontekst onomasticheskoy igry // Politicheskaya lingvistika. №1(35). – Ekaterinburg, 2011. – S. 219-223.*

Matygina E.B. *Opisanie vneshnosti i stilya kak osobennost' izobrazheniya zhenshchin-politikov v SMI // Sovremennaya politicheskaya lingvistika. Tezisy Mezhdun. nauchnoj konferencii. – Ekaterinburg, 2011. – S. 183-186.*

Coneva L. *Imena i lyudi. Klyuchevye imena v mediadiskurse. – Veliko-Turnovo, 2017.*

©Цонева Л.М., 2020

**Цонева Лиляна Михайлова** – доктор филологических наук, профессор кафедры русистики, Великотърновский университет Святых Кирилла и Мефодия (Велико-Търново, Болгария).

Адрес: 5003, Болгария, г. Велико-Търново, ул. "Теодосий Търновски", 2.  
E-mail: liliconeva@abv.bg

**TSoneva Lilyana Mikhajlova** – Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian Studies, Velikotyrnovsky University of Saints Cyril and Methodius (Veliko Tarnovo, Bulgaria)