

УДК 811.112.2'373.7'255

DOI: 10.26565/2227-8877-2021-93-03

## Розвиток епонімічних ознак у німецькомовних цитат (на матеріалі тематичної групи «COVID-19»)

Онщенко Н. А.

кандидат філол. наук, доцент кафедри німецької філології і перекладу, заст. декана з наукової роботи факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна,  
e-mail: [naonishc77@gmail.com](mailto:naonishc77@gmail.com), ORCID: [0000-0002-9387-4991](https://orcid.org/0000-0002-9387-4991);  
GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=kUoMYCgAAAAJ&hl=ru>;  
RESEARCH GATE: [https://www.researchgate.net/profile/Nataliia\\_Onishchenko](https://www.researchgate.net/profile/Nataliia_Onishchenko)  
(Харків)

Статтю присвячено вивченню сучасних рекурентних цитат в німецькій мові, які функціонують в друкованих ЗМІ та на-самперед у мережі Інтернет на предмет появи та розвитку в них епонімічних рис. Під епонімами розуміються відтворювані «крилаті» слова /словосполучення/речення (якими є, зокрема, афоризми, сентенції, максими), які імпліцитно апелюють до концепту АВТОР і схильні до фразеологізації через дериваційні процеси і поступову втрату асоціативного зв'язку зі своїм реальним автором або прецедентним текстом. Актуальність обраного матеріалу підтверджується тематикою досліджуваних цитат, що визначається центральним концептом «COVID-19». Епонім відмежовується від ширшого із споріднених понять – цитати, через експліцитність апеляції до концепту АВТОР у цитаті. Відзначається, що епонімам властиві такі характеристики, як усталеність, недифузне походження, експресивність, лаконічність (передумова відтворюваності), актуальність змісту, вживаність у мовленні протягом певного часу, схильність до деривації. Існують типові засоби створення експресивності в епонімах, типові деривації, властиві епонімам у процесі їх становлення, типові концепти, вербалізацією яких епоніми реалізують категоріальну ознаку актуальності теми. Аналіз цитат тематичної групи «COVID-19» показав, що відтворюються цитати або парадоксального змісту, або такі, що апелюють до валоративів, або вже є результатом дериваційних процесів. Застосований у роботі алгоритм фразеологічної/ епонімічної ідентифікації дозволив відмежувати потенційні епоніми від інших типів рекурентних текстів такої ж тематики, зокрема, Інтернет-мемів. Цей алгоритм було доповнено прийомами аналізу креолізованих текстів, до яких належать Інтернет-меми. З'ясовано, що Інтернет-меми не можуть претендувати на епонімічний статус через неактуальність акцентуалізації концепту АВТОР. Висновки показують лише потенціальну можливість переходу цитат у статус епонімів, оскільки умова перевірки часом для таких цитат ще не є виконаною.

**Ключові слова:** деривація, епонім, Інтернет-мем, концепт АВТОР, креолізація, прецедентний текст, тема, цитата.

**Onishchenko N. Development of eponymical signs in German quotations (based on the material of the COVID-19 thematic group).** The article is devoted to the study of modern recurrent quotations in German (which function in printed media and, above all, on the Internet) on the subject of the appearance and development of eponymous features in them. Eponyms are understood as reproducible “winged” words/phrases/sentences (which are, in particular, aphorisms, maxims, and sententia) that implicitly appeal to the AUTHOR concept and tend to get phraseologized through derivational processes and the gradual loss of associative connection with their real author or precedent text. The relevance of the selected material is confirmed by the subject of the quotations studied, due to the central COVID-19 concept. The eponym is separated from the broader of the related concepts, quotation, because of its explicit appeal to the AUTHOR concept. It is noted that eponyms are characterized by fixedness, non-diffuse origin, expressiveness, conciseness (prerequisite for reproducibility), relevance of content, applicability in speech for a certain period of time, and a tendency to derivation. There are typical means of creating expressiveness in eponyms; typical derivatives inherent in eponyms in the process of their formation; typical concepts, by verbalizing of which eponyms realize a categorial feature of the relevance of the topic. The analysis of the COVID-19 thematic group quotations showed that the reproduced quotations are either paradoxical in content, or appeal to valoratives, or are already the result of derivational processes. The phraseological/eponymic identification algorithm used in this paper made it possible to distinguish potential eponyms from other types of recurrent texts on the same topic, in particular, Internet memes. This algorithm was supplemented with techniques for analyzing creolized texts, including Internet memes. It was found out that Internet memes cannot claim eponymic status due to the irrelevant accentuation of the AUTHOR concept. The findings show only the potential possibility of transition of quotations to the status of eponym, because the condition of being time-tested has not yet been met for such quotations.

**Key words:** concept AUTHOR, creolization, derivation, eponym, Internet meme, precedent text, quotation, topic.

## 1. ВСТУП

Проблема наявності серед реалій мовного досвіду людини готових елементів та блоків, які запам'ятовуються та відтворюються в незмінному або відносно незмінному вигляді, не є новою в лінгвістичних дослідженнях. Однак методологія когнітивно-дискурсивного підходу до феноменів мови і мовлення ще з кінця минулого століття дозволяє дослідити закономірності включення людиною таких одиниць у своє мовлення, особливості їхнього сприйняття, систематику зберігання в мовній свідомості та відтворення в різних комунікативних ситуаціях.

Тому проблема визначення ептонімії як системи ептонімів – відтворюваних «крилатих» слів і виразів, які актуальні за змістом, асоціюються в мовцях з певною постаттю автора і при цьому схильні до фразеологізації [2, с. 140–141] – є актуальною з огляду на невід'ємність когнітивно-дискурсивної методології як фундаменту виділення ептонімічного фонду як такого і виявлення ознак кожної групи ептонімів окремо.

Незважаючи на відносно недовгу історію дослідження ептонімів та їхніх різновидів, достатньо детально вивченими є семантичні (В. П. Берков, О. В. Беркова), структурно-функціональні характеристики цих одиниць (А. П. Коваль, В. В. Коптілов; Т. В. Сазбандян; Н. М. Шарманова), дериваційні спроможності (Л. П. Дядечко), особливості мовленнєвої продукції та рецепції носіями мови (О. С. Мамонтов; С. Є. Михайлова), інтертекстуальні зв'язки (Є. В. Землянська). Ептонім як вербалізатор лінгвокультурних концептів досліджується в працях А. В. Королькової, О. М. Кулішкіної (див. бібліографічний огляд в [4, с.195–196]. До ролі постаті автора в ептонімах звертається С. С. Шкварчук [7], їхні прагматичні функції вивчає Т. А. Смоляна [6].

Ептоніми насамперед асоціюються з цитатами відомих діячів науки і культури минулого, які набули ептонімічних рис у процесі свого функціонування в мовленні протягом століть. У таких випадках ми маємо справу з результатами ептонімізації і не маємо можливості спостерігати безпосередньо сам процес. Тому метою цієї роботи є вивчення сучасних рекурентних цитат (відтворюваних насамперед у мережі Інтернет) на наявність і розвиток у них ептонімічних рис. Новітність таких цитат доводиться їхньою тематикою – захворювання на COVID-19, яке стало глобальною проблемою лише на початку 2020 року. Таким чином, потенційно ептонімічні цитати на тему «COVID-19» становлять об'єкт дослідження, яке вивчає їх на предмет наявності і динаміки ептонімічних ознак у порівнянні зі схожими мікротекстами – на прикладі Інтернет-мемів тієї ж тематики.

Матеріал дослідження становлять 2 вибірки. Широка включає понад 1000 німецькомовних ептонімів, що наводяться у 14 електронних і друкованих словниках та збірках і зустрічаються в аргументативній та естетичній функціях у друкованих ЗМІ та ме-

режі Інтернет. Вузька вибірка обмежує коло широко представлених в Інтернеті цитат апеляцією до концепту COVID-19. До цієї вибірки входять як розповсюджені цитати з актуалізованим авторством, так і креолізовані тексти Інтернет-мемів тієї ж тематики (загальною кількістю 108). Алгоритм дослідження складався з: 1) створення двох зазначених корпусів методом суцільної вибірки ептонімів в цілому та обмежених тематикою цитат; 2) методу «фразеологічної ідентифікації» (Л. П. Дядечко), або «ептонімічної ідентифікації» для встановлення наявності ептонімічних рис кожного виразу, у тому числі перевірки на їхнє контекстуальне вживання (цитованість) у в німецькомовних онлайн-джерелах; 3) методу аналізу креолізованого тексту – для виявлення співвідношення і взаємного впливу між текстом і зображенням креолізованого тексту; 4) порівняльного методу – для виявлення спільних і відмінних рис між класичними ептонімами і Інтернет-мемами для підтвердження або спростування гіпотези про включеність/невключеність останніх до ептонімічного фонду.

## 2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

### 2.1. Ептонім та його дистинктивні ознаки

Хоча в основі будь-якого ептоніму лежить цитата в ширшому сенсі, їх не слід ототожнювати, оскільки для цитати «печатка авторства» є категоріальною ознакою і є основою для проявів інтертекстуальності, іншими словами – маркером запозичених елементів у тексті. У рамках широкого підходу, запропонованого М. М. Бахтінін [1, с. 299], в ролі суб'єкта цитаті виступає кожний, хто хоче висловити свою думку, а в ролі об'єкта (запозиченого тексту) – вся духовна спадщина людства. Класична цитата у своєму формальному синтаксичному вигляді може бути проявом експліцитної цитаті у вигляді прямої чи непрямої мови та у формі прихованої цитаті у вигляді слів автора, при цьому пряма згадка про автора в такому випадку опускається. Фактично, всі прояви інтертекстуальних зв'язків – алюзії, ремінісценції та ін. – базуються на феномені цитування. Щоб бути впізнаваною в певній лінгвокультурі, цитата має характеризуватися наявністю компонентів (тематичних, лексичних, синтаксичних, стилістичних), які відповідають за зв'язок ептонімізованої цитати з оригінальним та, у більшості випадків, прецедентним текстом, котрий має ціннісне значення для певної культурної групи, та уможливають ідентифікацію цитати у будь-якому контексті і сприяють її рекурентному функціонуванню. Тож феномен цитування лежить і в основі створення ептонімічного фонду.

Так само, як догматизоване текстове цитування не прийнято відносити до ептонімічних одиниць, до них не належать і одиниці, які мають автора, але означають артефакт (компакт-диск, сканер тощо) [2, с. 164]. Згідно з різними класифікаціями, до ептонімів належать власне крилаті вирази, цитати-ремінісценції, прислів'я, байки, афоризми, максими, лозунги, кліше, штампи, канцеляризми, порівняння,

сентенції, питання, жартівливі репліки та ідіоми [2; 8]. Розмежування окремих видів ептонімів здійснено в роботі Т. А. Смоляної [6, с. 25–33], а саме максимум відмежовано від афоризмів, сентенцій, хрій, гном, апофегм, також ептоніми в цілому відмежовано від паремій, а саме від прислів'їв та велеризмів [там само, с. 34–40].

Окрім апеляції до концепту АВТОР [2, с. 141; 4, с. 199], усі ептоніми поєднуються низкою рис, що дозволяє говорити про них як окремий клас одиниць структурного, семантичного, функціонального, онтологічного характеру:

- устаєність – риса, що ріднить ептонім та фразеологізм і відповідає за приналежність ептоніму до лексико-фразеологічного фонду мови як наслідок прецедентності текстів-джерел і результуючого з неї масового відтворення ептонімізованих фрагментів цих текстів;

- недифузне походження зумовлює відомість (хоча б приблизно) для мовців;

- експресивність, яка досягається за рахунок двуплановості – порівнянні вихідної (відображеної у тексті-джерелі) та актуальної ситуації (у вторинному тексті) та яка часто класифікується як образність;

- лаконічність, яка стосується лише різноформованих або неоднослівних найменувань [актуальність змісту].

- вживаність протягом певного часу.

- схильність до деривації.

Експресивність ептонімів має певні типові засоби створення. Так, прототиповий класичний ептонім має логічну форму дефініції (зокрема, навіть назва одного із різновидів ептоніму, афоризму, походить від грецького дієслова «відмежовувати, дефінувати»). Умисне нехтування правилами наукової дефініції є також певним порушенням стереотипного очікування, одним із проявів типової, зокрема, для афоризмів категорії парадоксаності. Основні типи порушень такі:

- елімінація окремих ступенів гіпо-гіперонімічного зв'язку, заміна загальних характеристик частковими: *Mensch ist eine unendlich komplizierte Maschine, um edelsten Rotwein in Urin zu verwandeln* (Karen Blixen);

- неповна дефініція, що підкреслено не вичерпує обсяг дефінованого поняття: *Der Mensch ist ein zweibeiniges Lebewesen ohne Federn*. (Platon); *Der Mensch ist das größte Tier der Schöpfung, denn er ist das Tier, das kocht*. (Douglas Jerrold); *Der Mensch ist das einzige Lebewesen, das erröten kann. Es ist aber auch das einzige, das Grund dazu hat*. (Mark Twain); *Der Mensch ist ein Tier, das schreibt* (Kurt Tucholsky);

- неоднозначна дефініція, що припускає множинність трактувань: *Der Mensch ist eine oben und unten mit einer Öffnung versehene Röhre* (Johannes Scherr).

У результаті, ептонімічні дефініції часто не відображають прямо моделі поведінки людини та елементи її досвіду, а ставлять їх під сумнів (пор. з твердженням В. Флейшера про афоризм [10, с. 80]).

За дефініцією, яку дала ептоніму Л. П. Дядечко, ці одиниці схильні до дериваційних процесів і цим відрізняються від догматичних цитат. С. С. Шкварчук [7] виділяє такі типи ептонімічних модифікацій у публіцистичному дискурсі, як субституція, експансія, редукція, інверсія, дистантне розташування компонентів ептоніму, фразеологічна алузія, зміна комунікативної модальності. Це свідчить про «відрив» ептоніму від прямої цитати, що його породила, і перехід у проміжну категорію «між фразеологізмом і текстом».

На відміну від фразеологічних одиниць, ептонім має автора, хоча апеляція до концепту АВТОР у тексті ептоніму може розмиватися під впливом дериваційних процесів, які є, власне, ознакою фразеологічності. Для адекватного декодування інтенції автора тексту-приймача ептоніму (а саме бажання підкріпити власне судження думкою авторитетної особистості) достатньо ідентифікатора «хтось з великих». Підтвердження цієї тези наводять і словники: навіть авторитетні джерела приписують один і той самий ептонім різним історичним особистостям: «*Der Mensch ist das Maß aller Dinge*» подається в одних джерелах як афоризм Протагора [17, с. 679; 25, с. 353], в інших – як Аристотеля [18, с. 127]; «*Das eigentliche Studium der Menschen ist der Mensch*» приписуються О. Поупу [20, с. 642; 17, с. 678] і Й.-В. Гете [18, с. 115].

14 проаналізованих друкованих і електронних словників афоризмів реєструють високу питому вагу вербалізацій концептів КОХАННЯ, ПОЛІТИКА, ЛЮДИНА, ЖИТТЯ, ЩАСТЯ, ВІК, РОБОТА, НІМЕЦЬКЕ [див. також 4]. Цікаво, що кількість афоризмів, що апелюють до цих концептів, у словнику Г. Бюхманна «*Geflügelte Worte – Der Zitatenschaft des Deutschen Volks*» – першому німецькомовному словнику ептонімів, що з'явився на початку 20-го століття – є більшою, ніж у афоризмів, що є вербалізаторами інших концептів. Це може слугувати одним із свідчень незмінності деяких загальних тенденцій у генезі та вживанні ептонімів.

За кількістю видів ептонімів, що вербалізують концепт (від максими до афоризму), кількістю реальних та фікційних авторів ептонімів, загальною кількістю зафіксованих словниками ептонімів лідирує концепт MENSCH/ЛЮДИНА:

(1) *Der Mensch ist ein Säugetier. Jeder saugt den anderen aus*. (Gerhard Uhlenbruch)

(2) *Der Mensch ist unter den Tieren, was der fliegende Fisch unter den übrigen ist. Er kann sich bisweilen über das Wasser erheben, immer aber fällt er bald wieder herunter*. (Johann Wilhelm Ritter)

Втім, належність згаданих 8 концептів до концептуальних домінант сфери німецької ептоніміки залишається гіпотетичною, доки не здійснено мовного аналізу всіх відповідних ептонімів, який доведе або спростує щільність зазначених концептів у мовленнєвій практиці.

Отже, однією з причин цитованості ептонімів як мовленнєвих «заготовок» є, зокрема, стійка

актуальність вербалізованої ними теми. За даними В. О. Самохіної, півроку пандемії і карантинних заходів у 2020 році створили ситуацію, в якій Гугл-пошук за гештегом *#coronavirus* у вересні того ж року дав понад 72 мільйони результатів [12, с. 174]. Станом на березень 2021 року ця цифра в тій же пошуковій системі перевищила 2 мільярди.

Важко знайти публічну персону, яка б за час пандемії не висловила свою думку з цього приводу. Деякі з висловів, насамперед політиків, активно цитуються в ЗМІ, часто в скороченій, зміненій формі, або без вказівки на джерело. Так, найбільш цитованою в німецькомовному Інтернеті фразою американського экс-президента Дональда Трампа є *It will simply disappear*, в якій політик висловив своє легковажне ставлення до серйозності вірусної загрози. Цей вислів поширюється в ЗМІ та соцмережах як у зв'язку з фігурою Трампа (приклад 3а), так і без вказівки на джерело (приклад 3б), як у повній формі (приклад 3б), так і в скороченій (приклад 3а) – але однаково на позначення «корона-скептицизму»:

(3а) *Trump und Corona: «Es wird einfach verschwinden»* [27].

(3б) *So argumentieren Corona-Skeptiker – «Eines Tages wird es wieder verschwinden». Wer den menschengemachten Klimawandel leugnet oder das Coronavirus verharmlost, greift oft auf ähnliche Argumente zurück* [21].

Причиною цитованості цього виразу і ознакою ептонімічності є парадоксальність, яка проявляється у внутрішній суперечності – відповідності виглошеної позиції вимогам часу і очікуванням соціуму.

Популярна цитата Ангели Меркель *Zeigen Sie Vernunft und Herz*, де канцлерка закликає до поміркованості і милосердя в часи пандемії, також починає набувати ептонімічних ознак, оскільки активно цитується (Рис. 1) і набуває варіативності при цитуванні (приклад 4):

ADVICE PARTNERS @ADVICE\_PARTNERS · 23 мар. 2020 г. ...  
"Zeigen Sie Vernunft und Herz," ist der Appell der Bundeskanzlerin zur #Coronakrise. Deshalb sind auch wir bei ADVICE PARTNERS seit einer Woche im #HomeOffice. Für Sie ändert sich nichts: Wir sind wie gewohnt telefonisch und per E-Mail erreichbar. #StayAtHome #flattenthecurve

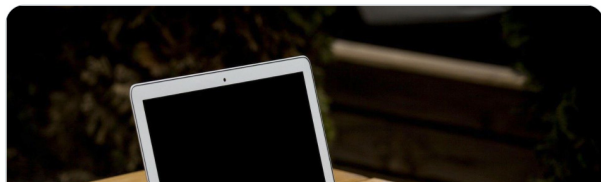


Рис. 1. Цитата А. Меркель у Twitter

(4) *Dieser Vernunftbezug findet sich erneut eine Woche später in einer Fernsehansprache der Bundeskanzlerin, bei der zu gesellschaftlichem wie individuellem Handeln mit „Vernunft und Augenmaß“* [19].

У випадку цієї цитати можна казати про валоративні концепти РОЗУМ і СЕРЦЕ, які з одного боку, належать до культурних домінант, а з іншого боку вступають в антитетичні відношення, що і створює ептонімічну парадоксальність.

З іншого боку, COVID-тематика стає областю-приймачем відомих ептонімів, чий оригінальний контекст, звичайно, не мав до цієї теми жодного відношення (що є проявом дериваційних процесів). Так, часто цитований з 1969 року в друкованій пресі і мережі Інтернет фрагмент інтерв'ю відомого філософа Т. Адорно *Vor zwei Wochen schien die Welt noch in Ordnung... – Mir nicht* зараз трансформується в комічній тональності в частково паравербальний варіант, в якому філософ у відповідь на припущення, що світ нібито в порядку, чхає – тим самим демонструючи, що саме з цим світом не в порядку:

(5) *Vor zwei Wochen schien die Welt noch in Ordnung ... – ADORNO: /niest in die Armbeuge/* [26].

## 2.2. Інтернет-мем – ептонімічні та неептонімічні риси

COVID-тематика, яка лідирує за критерієм обговорюваності, зокрема, в мережі Інтернет, об'єднує різні мовленнєві жанри, що є однією з причин необхідності розмежування функціонально близьких форм Інтернет-комунікації. Такими жанрами є серед інших ептоніми і Інтернет-меми, які об'єднує не лише актуальність теми, але й критерій цитованості, відтворюваності мовцями (мається на увазі розповсюдження Інтернет-мемів у вигляді «перепостів»).

Під Інтернет-мемами розуміємо доповнені вербальним висловленням фото, відео та малюнки, які користуються популярністю в мережі Інтернет і поширюються вірусним способом [13]. Дослідники медіакомунікацій відносять меми до «snackable content» – однозначної, легкозасвоюваної, розважальної інформації, що надходить до адресата [14] і легко передається далі, стаючи імпульсом для подібної творчості. О. І. Морозова зазначає, що меми можуть бути гумористичними без серйозних політичних імплікацій, але в той самий час можуть вказувати на перспективи розвитку позначуваних подій [11, с. 262–263].

Звичайно, Інтернет-мережею поширюються і типові ептоніми, що не мають статусу мемів, – афоризми, сентенції відомих людей, які супроводжуються зображенням. Але зображення при цьому носить



Рис. 2а. Цитата Й.-В. Гете [23]



Рис. 26. Цитата Й.-В. Гете [22]



Рис. 4. Підтема «Гігієна»

нейтральний характер, їх вирішено в спокійній кольоровій гамі і покликано бути фоном для відтінення мудрих думок (див. Рис. 2а та 2б).

Такі креолізовані зображення на сторінках в соцмережах розміщуються користувачами як доказ їхньої власної мудрості і вдумливості (тобто, для підвищення свого віртуального соціального статусу і здобуття схвалення підписників). Наприклад:



Рис. 3. Цитата Й.-В. Гете в Twitter [28]

Для мемів же характерна карнавальна актуалізація активно обговорюваної теми і як результат – створення гумористичного, іронічного, саркастичного або просто критичного ефекту. Причому мем є типовим продуктом «колективного мережевого авторства», про що свідчать, зокрема, серії мемів, окремі ланки яких мають різних – і при цьому часто невідомих – авторів, що переймають естафету своєрідної Інтернет-гри зі створення нових мемів.

Найбільш типовими підтемами для мемів тематичного блоку «COVID-19» у німецькомовній культурі стають паніка в суспільстві, запобіжні заходи (гігієна, карантин, самоізоляція), робота та навчання вдома та ін. Зображення при цьому може як конкретизувати багатозначне слово в текстовій частині мему (напр. *Alkohol* на Рис. 4 означає водночас напій і антисептик), так і вступати з ним в контрадикторні відношення (Рис. 5 – підвищення медіакомпетентності населення у зв'язку з дистанційною роботою супроводжується зображенням комп'ютера і телефону з минулого століття):



Рис. 5. Підтема «Робота вдома»

У цьому прикладі (Рис. 6) популярний Інтернет-мем (також цитований В. О. Самохіною у [12]) висміює відразу дві стереотипні ситуації – схильність німців до порядку, який, зокрема, проявляється у попередженні неприємних або небезпечних дій, як от крадіжка речей з видних місць у салоні припаркованої автівки, та паніка під час початку пандемії у 2020 році, яка знайшла своє вираження у масових закупівлях речей першої необхідності (тут



Рис. 6. Підтема «Паніка»

прототипом виступає туалетний папір). До речі, мем має в своїй основі реальну прецедентну ситуацію:

(6) *Die Angst vor Engpässen in Zeiten des Coronavirus nimmt kein Ende: Wie das ZDF-Landesstudio NRW auf Twitter veröffentlicht, ist es in Würselen bei Aachen in der Nacht zu Freitag zum Aufbruch eines Autos gekommen - lediglich mit dem Ziel, zwei Pakete Toilettenpapier zu je acht Rollen zu entwenden, die sich in dem Auto befunden haben sollen. Die Polizei soll den Vorfall demnach bestätigt haben* [24].

Про це свідчать і два наступних приклади, інтерпретація яких потребує фонових знань, як от піраміда Маслоу, до якої на зображенні (Рис. 7а) добудовані ще більш «базові» елементи під час пандемії, такі як Wi-Fi, зарядка для телефону/ноутбука, макарони і туалетний папір в основі всього; або прецедентної фрази *Mein Schatz* («Моє золотце») зображеного на фото (Рис. 7б) героя трилогії Дж. Р. Р. Толкіна «Володар перснів», знов на позначення ситуативної цінності туалетного паперу.



Рис. 7а. Мем «Піраміда Маслоу»



Рис. 7б. Мем «Володар перснів»

Статус Інтернет-мемів як результату дериваційних процесів проявляється у розвитку типових мовленнєвих жанрів у напрямку створення комічного

і, відповідно, трансформація тексту цього жанру в текст анекдоту. Приклад на Рис. 8а є таким своєрідним «дериватом» жанру «щоденник» і актуалізує невдалі спроби людей на самоізоляції здійснювати нетипові для колішнього повсякденного життя дії («З карантинного щоденника: День 10: Відрізала собі чубчик. Добре, що не треба виходити з дому» – тут і далі переклад українською наш, Н. О.):

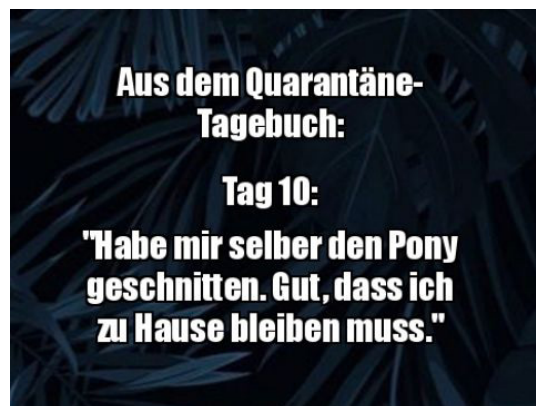


Рис. 8а. Мем «Щоденник»



Рис. 8б. Мем «Хвороба планети»

У прикладі на Рис. 8б Інтернет-мем виступає розвитком діалогічного кліше («фразеологізованого» діалогу), в якому мовець 1 скаржиться на свою хворобу, а мовець 2 радить йому дієві ліки від цієї хвороби: «Зустрічаються дві планети. – Ти погано виглядаєш... – Так, у мене Гомо Сапієнс. – Прийми «Корона Форте!» – Дякую. Оджужуй!». Ознаками типовості такого діалогу є метакомунікативні кліше «*Du siehst scheisse (slecht) aus*», «*Gute Besserung*». Комічний ефект полягає в тому, що в наведеному мемі як хвороба позиціонується сама людина, а коронавірус як ліки для планети від цієї хвороби. Про надання вірусу статусу ліків свідчить типове для назв останнє слово «*Forте*».

У вищенаведених мемах-«дериватах» вербальна складова переважає над візуальною, тож креолізація цих текстів нульова, на відміну від типових мемів (Рис. 7а та 7б), де комічне створюється конфліктом між текстом і зображенням. Саме ця особливість мемів приводить до того, що вони відтворюються в мережі Інтернет, як правило, в незмінному вигляді.

Цікавими є випадки появи мемів як результату процесів дериваційних трансформацій слоганів. «*Stay at home!*» – інтернаціональний слоган, що закликає залишатися вдома і не піддавати себе і оточення небезпеці під час пандемії – трансформується за принципом велеризму в «*Bleib zu Hause! Ich liebe mein Land!*» [16], де разом із підтемою заходів безпеки актуалізується імпліцитний ультрапатріотичний заклик – «*Kommt in mein Land nicht mehr!*»

Хоча Інтернет-меми мають автора, і подекуди зображення містять авторські сигнатури, їхня переважно розважальна функція не зумовлює необхідності апеляції до концепту АВТОР, а типовість і актуальність висміюваної ситуації нівелюють індивідуальний погляд на неї, характерний для ептонімів.

### 3. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У роботі здійснено спробу прогнозування появи нових ептонімів – слів/словосполучень/речень, які асоціюються з певним автором, є актуальними за змістом, усталеними, відомими через першоджерело (реальне або уявне), відтворюваними мовцями протягом певного часу, лаконічними, експресивними, схильними до дериваційних трансформацій. В якості новітньої актуальної теми, на яку останнім часом з'явилося чимало цитатованих висловлень,

обрано «COVID-19». Проаналізовані цитати мають такі ептонімічні риси, як апеляція до АВТОРА (без обов'язкової згадки його імені, що свідчить про впізнаваність цитати), до концептів-домінант лінгвокультури (валоративів), лаконічність, парадоксальність думки. Єдиним критерієм, який є ще не виконаним такими потенційними ептонімами, є перевірка часом, яку поки не пройдено через відносну новітність проблеми COVID-19.

З ептонімами не слід ототожнювати Інтернет-меми, незважаючи на такі спільні риси, як відтворюваність і цитованість у мережі Інтернет («перепости»). Однак для мемів не характерні дериваційні процеси в ептонімічному сенсі – меми цитуються або в незмінному вигляді, або стають частиною серії, створюваної за лудичним принципом, або є результатом переосмислення. При цьому дериваційні процеси в них не запускаються через відрив від концепту АВТОР, через втрату зв'язку з першоджерелом. На відміну від ептонімів, Інтернет-меми є результатом колективної мережевої творчості і не створюють апеляції до концепту АВТОР.

Перспективи подальших досліджень ептонімічного фонду німецької мови включають розмежування ептонімів з іншими спорідненими одиницями мови та мовлення і виявлення цим способом інших характерних ознак ептонімії і динаміки її розвитку.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин, М. М. (1986). *Эстетика словесного творчества*. Москва: Искусство.
2. Дядечко, Л. П. (2002). *Крылатые слова как объект лингвистического описания: история и современность*. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка.
3. Коваль, А. П., & Коптілов, В. В. (1975). *Крилаті вислови в українській літературній мові. Афоризми, літературні цитати, образні вислови*. (Вид. 2-ге перероб. і доп). Київ: Вища школа.
4. Оніщенко, Н. А. (2013). Ептоніми як засіб формування комунікативної компетенції: когнітивно-дискурсивний підхід. В. Г. Пасинок (Ред.) *Сучасні фундаментальні теорії та інноваційні практики навчання іноземної мови у вузі* (с. 191–218). Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна.
5. Оніщенко, Н. А. (2016). Основні характеристики ептонімів та чинник автора в процесі ептонімізації та деептонімізації (на прикладі німецькомовних ептонімів Й.-В. Гете). *Вісник Харківського університету імені В.Н. Каразіна*, 83, 128–136.
6. Смоляна, Т. А. (2017). *Текст німецькомовної максими: когнітивно-дискурсивні аспекти*. (Дис. канд. філол. наук). Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків.
7. Шкварчук, С. С. (2011). *Ептоніми Й. В. Гете: системно-функціональний та лінгвокультурологічний аспекти*. (Дис. канд. філол. наук). Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці.
8. Шулежкова, С. Г. (2001). *Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие*. Москва: Азбуковник.
9. Burger, H. (2003). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
10. Fleischer, W. (1997). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Narr.
11. Morozova, O. (2017). Monomodal and multimodal instantiations of conceptual metaphors of Brexit. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, II (2), December, 250–283.
12. Panasenکو, N., Morozova, O., Gałkowski, A., Krajčovič, P., Kryachkov, D., Petlyuchenko, N., Samokhina, V., ... & Uberman, A. (2020). COVID-19 as a media-cum-language event: Cognitive, communicative, and cross-cultural aspects. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, V (2), December, 122–210.
13. Röttger, T. (2020). Meme – Warum die Veröffentlichung und Verbreitung von Meme im Internet (k)ein Problem ist. *Gulden Röttger Rechtsanwälte GbR*, 26. Juni. Abgerufen von <https://ggr-law.com/urheberrecht/faq/meme-benutzen-veroeffentlichen-verbreiten-internet-urheberrecht-abmahnung/>.
14. *Was ist ein Meme? Definition, Wirkung, Anwendung*. (2020). *IONOS Digitalguide*, 10. Dezember. Abgerufen von <https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/social-media/was-ist-ein-meme/>

### ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

15. Büchmann, G. (1907). *Geflügelte Worte – Der Zitatenschaft des Deutschen Volks*. Berlin: Haude & Spener.
16. Freepik. *Grafik-Ressourcen für jedermann*. Abgerufen am 07.04.2021 von <https://de.freepik.com/vektoren-premium/bleib-zuhause-ich-liebe-mein-land-beste>.
17. Duden. *Zitate und Aussprüche. Bd. 12*. (1993). Mannheim: Bibl. Institut & F. A. Brockhaus AG.
18. Mackensen, L. (1985). *Redensarten. Sprichwörter*. Hanau: Verlag Werner Dausier.
19. Menzel, G., & Reuss, T. (2020). Mit Vernunft und Herz – Zu Vernunftappellen in der Corona-Krise. *Blogreihe #8: Soziologische Impulse während Corona*. Abgerufen von <https://soziologieblog.hypotheses.org/13587>.
20. Skupy, H.-H. (Hrsg.). (1993). *Das große Handbuch der Zitate. 25000 treffende Aussprüche und Sprichwörter von A-Z*. Gütersloh: Bertelsmann Lexikon Verlag.
21. So argumentieren Corona-Skeptiker – „Eines Tages wird es wieder verschwinden“. (28. Oktober 2020). *Tagesanzeiger*. Abgerufen von <https://www.tagesanzeiger.ch/eines-tages-wird-es-wieder-verschwinden-665694595845>.
22. *Spruch des Tages*. Abgerufen am 07.04.2021 von <https://www.spruch-des-tages.org>.
23. *Spruchwelt*. Abgerufen am 07.04.2021 von <https://www.spruchwelt.com>.
24. *Straftat aus Angst vor Corona*. (20. März 2020). *Kölner Stadt Anzeiger*. Abgerufen von <https://www.ksta.de/panorama/strafat-aus-angst-vor-corona-auto-fuer-16-rollen-toilettenpapier-aufgeknackt-36445090?cb=1615967699516>.
25. Tange, E. G. (1997). *Lexikon der boshafte Zitate*. Frankfurt am Main: Eichborn.
26. Tobler, A. (7. März 2020). Lachen über Corona: Die besten Witze im Netz. *Tagesanzeiger*. Abgerufen von <https://www.tagesanzeiger.ch/kultur/diverses/so-lustig-ist-das-coronavirus/story/17130294>.
27. Trump und Corona: „Es wird einfach verschwinden“ (2. Oktober 2020). *Süddeutsche Zeitung*. Abgerufen von <https://www.sueddeutsche.de/politik/corona-trump-usa-chronologie-1.4866980>.
28. *Twitter. Suche nach Zitaten*. Abgerufen am 7.04.2021 von <https://twitter.com/search?q=%23zitate>

### REFERENCES

1. Bahtin, M.M. (1986). *Estetika slovesnogo tvorchestva [Aesthetics of verbal creativity]*. Moskva: Iskusstvo. (in Russian)
2. Büchmann, G. (1907). *Geflügelte Worte – Der Zitatenschaft des Deutschen Volks*. Berlin: Haude & Spener.
3. Burger, H. (2003). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 2. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
4. Djadechko, L. P. (2002) *Krylatye slova kak objekt lingvisticheskogo opisaniya: istoriya i sovremennost' [Winged words as an object of linguistic description: history and modern state]*. Kiev: KNU im. Tarasa Shevchenka. (in Russian)
5. Duden. *Zitate und Aussprüche. Bd. 12*. (1993). Mannheim: Bibl. Institut & F.A. Brockhaus AG.
6. Fleischer, W. (1997). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Narr.
7. Freepik. *Grafik-Ressourcen für jedermann*. Abgerufen am 07.04.2021 von <https://de.freepik.com/vektoren-premium/bleib-zuhause-ich-liebe-mein-land-beste>
8. Koval', A. P., & Koptilov, V. V. (1975). *Kry'lati vy'slovy' v ukrajyns'kij literaturnij movi. Afory'zmy', literaturni cy'taty', obrazni vy'slovy' [Winged phrases in Ukrainian literary language. Aphorisms, literary quotations, figurative phrases]*. Kiev: Vy'ssha shkola. (in Ukrainian)
9. Mackensen, L. (1985). *Redensarten. Sprichwörter*. Hanau: Verlag Werner Dausier.
10. Menzel, G., & Reuss, T. (2020). Mit Vernunft und Herz – Zu Vernunftappellen in der Corona-Krise. *Blogreihe #8: Soziologische Impulse während Corona*. Abgerufen von <https://soziologieblog.hypotheses.org/13587>
11. Morozova, O. (2017). Monomodal and multimodal instantiations of conceptual metaphors of Brexit. In *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava, II (2), December*, 250–283.
12. Onishchenko, N. A. (2013). Eptonimij` yak zasib formuvannya komunikaty`vnoyi kompetenciji: kognity`vno-dy`skursy`vny`j pidxid [Eponyms as a means of the formation of the FL communicative competence: the cognitive-discursive approach]. In V. G. Pasyuk (Ed.), *Suchasni fundamental'ni teorii ta innovacijni praktyky navchannya inozemnoyi movy u vuzi [Modern fundamental theories and innovative practice of teaching FL at higher school]*. Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National Univ. Publ. (pp. 191–218). (in Ukrainian).
13. Onishhenko, N. A. (2016). Osnovni kharakterystyky eptonimiv ta chynnyk avtora v procesi eptonimizaciji ta deeptonimizaciji (na prykladi nimecz'komovnykh eptonimiv J.-V. Gete)]. *Visnyk Kharkiv. nats. un-tu im. V. N. Karazina. [V.N. Karazin Kharkiv National Univ. Messenger]*, 83, 128–136. (in Ukrainian).
14. Panasenko, N., Morozova O., Gałkowski, A., Krajčovič, P., Kryachkov, D., Petlyuchenko, N., Samokhina, V., ... & Uberman, A. (2020). COVID-19 as a media-cum-language event: Cognitive, communicative, and cross-cultural aspects. In *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava. V (2), December 2020*, 122–210.
15. Röttger, T. (2020). Meme – Warum die Veröffentlichung und Verbreitung von Meme im Internet (k)ein Problem ist. *Gulden Röttger Rechtsanwälte GbR, 26. Juni*. Abgerufen von <https://ggr-law.com/urheberrecht/faq/meme-benutzen-veroeffentlichen-verbreiten-internet-urheberrecht-abmahnung/>
16. Shkvarchuk, S. S. (2011). *Eptonimy J. V. Gete: systemno-funktional'nyj ta lingvokul'turologichnyj aspekty*. (Dys. kand. filol. nauk) [Eponyms by J. W. Goethe: systemic-functional and linguocultural aspect. (Philology PhD thesis)]. Chernivci: Yuri Fed'kovych National University. (in Ukrainian)
17. Shulezhkova, S. G. (2001). *Krylatye vyrazhenija russkogo jazyka, ih istochniki i razvitie [Winged phrases in Russian, their origins and development]*. Moskva: Azbukovnik. (in Russian)



18. Skupy, H.-H. (Hrsg.). (1993). *Das große Handbuch der Zitate. 25000 treffende Aussprüche und Sprichwörter von A-Z*. Gütersloh: Bertelsmann Lexikon Verlag.
19. Smolyana, T. A. (2017). *Tekst nimec'komovnoi maksimi: kognitivno-diskursivni aspekti*. (Dys. kand. filol. nauk) [The text of the German language maxim: cognitive and discursive aspects. (Philology PhD thesis)]. Kharkivskiyi natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina, Kharkiv. (in Ukrainian)
20. So argumentieren Corona-Skeptiker – „Eines Tages wird es wieder verschwinden“. (28. Oktober 2020). Tagesanzeiger. Abgerufen von <https://www.tagesanzeiger.ch/eines-tages-wird-es-wieder-verschwinden-665694595845>
21. *Spruch des Tages*. Abgerufen am 07.04.2021 von <https://www.spruch-des-tages.org>
22. *Spruchwelt*. Abgerufen am 07.04.2021 von <https://www.spruchwelt.com>
23. Straftat aus Angst vor Corona. (20. März 2020). *Kölner Stadt Anzeiger*. Abgerufen von <https://www.ksta.de/panorama/straftat-aus-angst-vor-corona-auto-fuer-16-rollen-toilettenpapier-aufgeknackt-36445090?cb=1615967699516>
24. Tange, E. G. (1997). *Lexikon der boshafte Zitate*. Frankfurt am Main: Eichborn.
25. Tobler, A. (7. März 2020). Lachen über Corona: Die besten Witze im Netz. *Tagesanzeiger*. Abgerufen von <https://www.tagesanzeiger.ch/kultur/diverses/so-lustig-ist-das-coronavirus/story/17130294>
26. Trump und Corona: „Es wird einfach verschwinden“ (2. Oktober 2020). *Süddeutsche Zeitung*. Abgerufen von <https://www.sueddeutsche.de/politik/corona-trump-usa-chronologie-1.4866980>
27. *Twitter. Suche nach Zitaten*. Abgerufen am 7.04.2021 von <https://twitter.com/search?q=%23zitate>
28. Was ist ein Meme? Definition, Wirkung, Anwendung (2020). *IONOS Digitalguide, 10. Dezember*. Abgerufen von <https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/social-media/was-ist-ein-meme/>

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Nataliia Onishchenko** – PhD, Associate Professor at German Philology and Translation Department, Deputy Dean for Research, School of Foreign Languages of V. N. Karazin Kharkiv National University, e-mail: [naonishc77@gmail.com](mailto:naonishc77@gmail.com); ORCID: 0000-0002-9387-4991; GOOGLE SCHOLAR: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=kUoMYCgAAAAJ&hl=ru>; RESEARCH GATE: [https://www.researchgate.net/profile/Nataliia\\_Onishchenko](https://www.researchgate.net/profile/Nataliia_Onishchenko)