

Обамабот, Зе-команда

КОНКУРСНА НАУКОВА РОБОТА

**Словотворчі моделі деонімів в українському політичному медіадискурсі:
вплив англійської мови**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1	
ДЕОНІМ ЯК ХАРАКТЕРНА ОЗНАКА СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО МЕДІАДИСКУРСУ.....	8
1.1. Поняття «деонім» у лінгвістичній теорії.....	8
1.2. Місце і роль деонімів у сучасному політичному медіадискурсі.....	10
РОЗДІЛ 2	
ПРОДУКТИВНІ СЛОВОТВОРЧІ МОДЕЛІ ДЕОНІМІВ.....	14
2.1. Деоніми з формантом <i>-інг</i> : узуалізація та семантичні групи.....	14
2.2. Деоніми-композиції.....	19
ВИСНОВКИ.....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	25
ДОДАТКИ.....	29

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Політичний медіадискурс є лінгвістичною системою, що динамічно розвивається. Водночас із збереженням споконвічно характерних для мови лінгвістичних явищ і особливостей у ньому спостерігається активне виникнення нових одиниць, які часто є запозиченнями з англійської мови. Це стосується, зокрема, і використання деонімів, тобто лексичних та фразеологічних одиниць, утворених від назв політичних діячів.

Дослідження дериваційних моделей деонімів у сучасному українському політичному медіадискурсі надає можливості виявити серед них найбільш продуктивні, простежити вплив англійської мови, спрогнозувати появу нових деонімів. Нові тенденції утворення деонімів і особливості їх функціонування у політичному медіадискурсі потребують теоретичного осмислення, що і зумовлює актуальність даного дослідження.

Мета роботи полягає у дослідженні словотворчих моделей деонімів політичного медіадискурсу.

Реалізація мети дослідження передбачає вирішення низки завдань:

- проаналізувати поняття «деонім»;
- окреслити місце і роль деонімів у сучасному політичному медіадискурсі;
- з'ясувати специфіку деонімів з формантом *-інг*, дослідити їх семантичні різновиди;
- висвітлити особливості формування деонімів-комполітів;
- на підставі результатів дослідження здійснити пріоритезацію словотворчих моделей (порівняти їх продуктивність).

Зв'язок дослідження з науковими темами. Дослідження виконано в рамках наукової теми кафедри філології та видавничої справи «Теоретичні й прагматичні аспекти сучасної філології» (№ 018U005152).

Об'єктом дослідження є українські деоніми. **Предметом** – словотворчі моделі деонімів.

Гіпотеза дослідження: продуктивні словотворчі моделі деонімів у сучасному українському політичному медіадискурсі виникли під впливом англійської мови ЗМК.

Для розв'язання поставлених завдань та досягнення мети використано комплекс **методів дослідження:**

теоретичні – аналіз і синтез, індукція і дедукція, порівняння, аналогія, зіставлення – для з'ясування стану розробленості проблеми, визначення понятійно-категоріального апарату; узагальнення та систематизації наукових положень;

спеціальні – описовий метод для вивчення функціонування лексем-деонімів та їх характеристики, компаративний метод для порівняння, а також компонентний аналіз для дослідження семантики лексичних одиниць.

Такий комплексний підхід забезпечує проведення всебічного аналізу обраної теми.

Теоретико-методологічною та **інформаційною** основою науково-дослідницької роботи є положення сучасної лінгвістичної теорії. Теоретичні засади дослідження становлять наукові розвідки і студії вітчизняних і зарубіжних науковців, які присвячені розкриттю особливостей мови медіасфери, зокрема, в лінгвокультурологічному і семантичному аспектах (М. Горам, І. Лунде, М. Паульсен [27], Н. Клименко, Є. Карпіловська, Л. Кислюк [12], Ж Колоїз [13], Ю. Онищенко [17], М. Перепелиця [19]), лексичному та стилістичному аспектах (М. Навальна [16], О. Русецька [20]). Лексичні процеси в політичному дискурсі на матеріалі онлайн-ЗМІ досліджуються В. Беловим [2], А. Григораш [6; 7]. Аналіз стилю і риторики політичного медіадискурсу і вивчення впливу на нього нових технологій представлені в роботі І. Лунде [29]. Виникнення нових одиниць у аспекті когнітивно-дискурсивного підходу досліджується

М. Алефіренком [1]. Когнітивно-дискурсивний підхід до неологізмів у публіцистиці передбачає вивчення соціально-політичних чинників, що детермінують мовну і фразеологічну картини світу. Такий підхід представляється ефективним для дослідження процесів, що відбуваються в мові політичної публіцистики. Специфіка ономастичних похідних від імен політиків аналізується у роботах В. Катерміної [11], Е. Конечної [28], В. Маркевич [15], А. Якушевої [26].

Матеріалом для дослідження стали тексти політичної тематики українських та зарубіжних Інтернет-ЗМК (в тому числі онлайн-версій друкованої періодики). Для дослідження були залучені матеріали Інтернет-ЗМІ різних типів: починаючи від медіа, які позиціонують себе як якісна преса, і закінчуючи виданнями, що належать до масових (популярних) ЗМК.

Збір даних проводився методом аналізу інтернет-сторінок за допомогою ключових слів.

Теоретичне значення роботи полягає у визначенні особливостей словотворчих моделей деонімів у сучасному українському політичному медіадискурсі. До найбільш важливих результатів, які визначають наукову новизну, належать такі:

вперше:

- проведено аналіз деонімів на *-інг* та деонімів-комполітів.

удосконалено:

- теоретичні уявлення про деоніми як лексичні одиниці;
- пріоритизацію словотворчих моделей деонімів;

дістали подальшого розвитку:

- уявлення про місце і роль деонімів у сучасному українському політичному медіадискурсі;

- уявлення про вплив англійської мови на дериваційні моделі деонімів у мові українських медіа.

Практична цінність роботи зумовлена тим, що її результати можуть бути використані на факультативних заняттях та спецкурсах з лінгвістичних та журналістикознавчих дисциплін.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 30 сторінок. Список використаних джерел нараховує 33 найменування.

Апробація результатів дослідження. Основні положення й результати дослідження обговорені на засіданні Наукового товариства студентів, аспірантів і молодих учених Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського.

РОЗДІЛ 1

ДЕОНІМ ЯК ХАРАКТЕРНА ОЗНАКА СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

1.1 Поняття «деонім» у лінгвістичній теорії

Деонімом у лінгвістичній теорії називається антропонім, який під впливом екстралінгвістичних факторів перетворився на апелятив, тобто загальну назву, і може вживатися стосовно іншого детонату, позначати іншу людину, поняття чи явище. Деонімізація є процесом, протилежним онімізації, це перехід власних назв у загальні назви; деонімізація може бути метафорична, метонімічна, паронімічна, символічна та умовна; її спосіб визначається характером відношень між мотивувальним іменем та похідним утворенням [23].

У процесі деонімізації відбувається набуття лексемою додаткових конотацій. Конотація зумовлена власними іменами, особливо коли носій власного імені достатньо добре відомий у всіх членів конкретної мовної спільноти [30, с. 452].

Варто розуміти, що сучасна онімія, як слушно стверджує Г. Сингаївська, є результатом тривалої цілеспрямованої культурної і мовної діяльності людей, тому розглядати систему ономастичної лексики необхідно лише в процесі її розвитку та зміни, з урахуванням екстралінгвістичних чинників [22, с. 367].

Відомий український лінгвіст С. Єрмоленко зауважує, що специфіка вдосконалення оніму, а також вторинне використання власних імен та смисловий зсув у них, пов'язаний з таким використанням, є актуальними теоретичними питаннями української ономастики та семасіології. Дослідник наполягає на тому, що не можна ставитися до власної назви, яке бере участь у словотворенні, не зважаючи на її специфіку порівняно із загальними [33, с. 5].

Це зумовлене, передусім, тим, що ім'я, яке внаслідок образності набуває особливої культурної вагомості, розширює свою значеннєву базу. Не

припиняючи позначати певний об'єкт, воно починає використовуватись для характеристики ширшого кола явищ дійсності, внаслідок чого створюється своєрідний діапазон семантичного «розсіювання» імені [14, с. 4].

М. Торчинський, досліджуючи структуру, типологію і функціонування онімної лексики української мови, зазначає, що до головних функцій онімних одиниць належать номінативна (з метою диференціації однотипних денотатів) та інформаційна (з метою передачі різнопланових відомостей про об'єкт номінації) [24, с. 9]. У процесі деонімізації друга функція посилюється, адже процеси апелювання власних назв як прояв постійної динаміки семантики слова у мові й мовленні супроводжуються змінами плану вираження мовної одиниці та її синтагматичних зв'язків: при зміні функції мовного знака змінюються і його властивості [10, с. 36].

Перехід антропонімів у апелювання розглядається лінгвістами у різних аспектах. Так, використанню антропонімів у фразеології присвячені роботи Е. Гладченкової [4] і В. Маркевич [15]. Базовими для цих дослідження є теза про те, що, «стаючи компонентом фразеологічної одиниці, власна назва починає виконувати функцію загальної, стає узагальненим найменуванням однорідних предметів, що мають певний комплекс ознак. Онім перестає бути вираженням індивідуального, одиничного предмета, але зберігає генетичний і смисловий зв'язки з вихідним значенням власної назви» [4, с. 157].

Вектор досліджень Г. Лукаш спрямований на лексикографічну фіксацію власних назв української мови [14]. Результатом роботи став «Словник конотативних власних назв». Трансформації деонімів у німецькій мові знаходяться у фокусі дослідження О. Галицької [3].

Отже, онімна лексика та процес деонімізації, тобто перехід власних назв до категорії загальних, є важливою лінгвістичною проблемою, яка набуває особливої актуальності у зв'язку з активізацією використання деонімів у медіадискурсі.

1.2. Місце і роль деонімів у сучасному політичному медіадискурсі

Процеси інформатизації та диджиталізації, впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в усі сфери життя обумовили стрімке збільшення корпусу текстів, що належать до масової комунікації. Кількісні зміни створили умови для якісних: мова масової комунікації почала активно взаємодіяти з іншими мовними стилями і під стилями.

Як зауважує О. Русецька, проникнення розмовної лексики до публіцистичного стилю зумовлене як внутрішньомовними, так і екстралінгвістичними причинами. Саме вони, зокрема зняття політичної цензури, демократичні перетворення у суспільстві, необхідність номінації явищ, що не були характерними для попередніх років, зміна мовних смаків у бік спрощення, лібералізації, активізація суспільно політичних процесів, бажання висловити експресію будь-якими засобами тощо, сприяють широкому залученню в мову преси розмовних одиниць [20, с. 70].

Слід зазначити пов'язану з виникненням Інтернет-ЗМК тенденцію демократизації, що характеризує сучасну мову масової комунікації. Суть її полягає в наступному: якщо раніше розмовна мова практично не мала письмової форми (за винятком її використання у художній літературі і публіцистиці, або стенографічних записах лінгвістів, зокрема, діалектологів), то з появою Інтернету і залученням у мережеве спілкування великої кількості користувачів розмовна мова отримала письмову фіксацію. Це стало важливою віхою у розвитку сучасної мови, оскільки в Інтернет-дискурсі розмовна мова знайшла своєрідну кодифікацію, потіснивши літературну мову, яка довгий час домінувала у письмовому обігу (в тому числі, у публіцистиці). Письмова мова, яка вийшла з усної (розмовної) і представляла собою більш правильну і підготовлену форму (на відміну від спонтанної усної), підпорядковується строгим мовним законам і правилам, більш жорстким критеріям відбору

лексики. Таким чином, поява Інтернету змінила існуючий протягом довгого часу status-quo, зробивши допустимими і прийнятними у публіцистичному стилі явища, що вважалися раніше маргінальними.

Однією з прикметних рис сучасного медійного дискурсу є вживання деонімів – загальних назв, утворених від власних назв з морфологічними змінами або без них [31, с. 1].

Варто зазначити, що на даному етапі саме публіцистика є однією з основних сфер формування корпусу нових деонімних одиниць. ЗМК (передусім, текстові) виступають в ролі фіксатора нових мовних явищ, в тому числі і виникнення неологізмів-деонімів. Паралельно з цим медіа стають зручним майданчиком для апробації, випробування успішності, ефективності нових лексичних одиниць – якщо аудиторія ЗМК починає активно використовувати неолексеми або словотворчу модель, то одразу з'являються її варіанти, трансформації, і це означає, що автор, який вперше використав деонім, «потрапив в точку», і неологізм є життєздатним.

Необхідно додати, що з цифровізацією медіа, появою електронних ЗМК швидкість поширення неологізмів збільшилася в рази: неолексема, з'явившись на одному мережевому ресурсі і опинившись актуальною і виразною, миттєво підхоплюється іншими інформаційними джерелами, одразу стаючи надбанням найширшої аудиторії. Оновлення інформації в онлайн-ЗМК відбувається у режимі нон-стоп, а час від написання тексту до його публікації в інтернет-ресурсі вимірюється навіть не годинами, а хвилинами.

Функцією використання деонімів є прагнення підвищити експресивність публіцистичного тексту. Сучасний публіцистичний текст відрізняється особливою прагматичною інтенсивністю. Він характеризується багатозначністю, смисловою напруженістю і насиченістю, спрямованістю на створення ефекту незвичності, несподіваності. Природно в такому випадку

припустити, що найбільш важливими функціями деонімів у текстах ЗМІ є прагматичні функції.

На це звертає увагу О. Галицька, яка зазначає, що деоніми з особливою прагматикою, закладеною в них вже в момент творення, уможливають влучне й економне оформлення думки, творчий підхід до мови, а також репрезентацію оцінки і ставлення [3, с. 42].

Дослідниця прирівнює медійний дискурс «до творчої лабораторії нових відкриттів, у якій проводяться сміливі експерименти з розширенням меж функціонування деонімів. Чим відоміша власна назва, чим актуальніша вона для соціуму, тим активніше використовується у різних функціях і тим більші її деривативні можливості» [3, с. 42].

А. Якушева аналізує специфіку антропонімів у функціональному середовищі мережевих медіа. На думку дослідниці, власні назви в цих умовах набувають сигнікативного та конотативного значення і концептуалізуються, тобто набувають властивість концепту. Відносно політичних діячів актуалізація у мові неологізмів, похідних від власних назв, не зводиться до деномінації, спрямованої на індивідуалізацію. Вживання неологізмів, похідних від власних назв політичних діячів, служить для характеристики останніх за допомогою актуалізації неологізму. При цьому уявлення про одного й того ж політика різняться: вибір трансформаційної моделі зумовлюється прагматичними задумами автора-журналіста [26, с. 3].

В. Горбань, досліджуючи дериваційні можливості антропонімів у сучасному політичному дискурсі, зауважує, що їх креативний потенціал реалізується відповідно до законів узусу, які можуть трансформуватися в залежності від кожної конкретної ситуації дискурсу. Для утворення неолексем використовуються як афіксальні, так і неафіксальні способи словотворення, при цьому в неафіксальних продуктивність спостерігається серед різних типів складання. Дані деривати відображають зміну комунікативної парадигми

сучасного суспільства, в якому проявляються тенденції демократизації та інтелектуалізації [5, с. 26].

Таким чином, використання неологізмів-деонімів у сучасній публіцистиці має прагматичну спрямованість і знаходиться в руслі загальної для мови масової комунікації тенденції демократизації. Деонімізація є одним з інноваційних процесів у публіцистичному стилі.

Сучасні лінгвістичні дослідження свідчать про те, що лексичний фонд знаходиться в безперервному розвитку, спостерігається його активне розширення за рахунок нових одиниць. Даний процес породжується комунікативними потребами. У дослідженнях останніх років деоніми у мові ЗМІ є об'єктом пильного вивчення, оскільки активні неогенні процеси відображають не лише соціально-політичні трансформації, а й певні зміни мовної картини світу.

РОЗДІЛ 2

ПРОДУКТИВНІ СЛОВОТВОРЧІ МОДЕЛІ ДЕОНІМІВ

2.1 Деоніми з формантом *-інг*: узуалізація та семантичні групи

У минулому столітті процес утворення нових слів на базі власних назв відомих осіб у політичному дискурсі української мови традиційно обмежувався формантами *-ізм*, *-іст* і *-щина*. Відповідно семантика деонімів передбачала три основні варіанти: «ідеологічна доктрина, політичний курс», «прихильник доктрини», «суспільно-політичне явище, що характеризуються ознакою, названим мотивуючим словом» (наприклад, *сталінізм*, *сталініст*, *сталініщина*). Однак, зараз спостерігається інтенсивне розширення арсеналу дериваційних моделей і семантичних груп даного різновиду лексики.

Сучасний лінгвістичні дослідження констатують активний процес появи в українській мові (передусім, у сегменті мови ЗМК) лексичних інновацій, створених за допомогою англійських формантів або за словотворчими моделями англійської мови. Такі неологічні деоніми, як зауважує О. Галицька, мають ефект новизни і привертають увагу більшої частини цільової аудиторії своєю незвичністю і нестандартністю, що без сумніву є затребуваним у сучасному медійному дискурсі, в якому здійснюється пошук оптимальних для кожної публікації мовних засобів, а це зумовлено вимогами оперативності, мобільністю подання інформації, її ефективною презентацією й популяризацією, як висуваються до мережових видань [3, с. 42].

Продуктивною словотворчою моделлю у сучасному політичному медіадискурсі є «онім + *-інг*».

Можливості та потенціал цієї дериваційної моделі на прикладі російської мови аналізуються В. Григор'євим [8], А. Дьяковим і Е. Скворецькою [9]. Група інгових дериватів є однією з найбільш значних за кількістю створених okazіonalіzmів, [9, с. 182]. В. Григор'єв образно називає цей процес «інговим

цунамі» [8]. Відзначаючи, що в англійській мові велика частина таких лексем утворена від дієслів, дослідники вказують на те, що в російській мові спостерігаються досить регулярні зрушення у значенні подібних слів на *-інг*, утворених на російському ґрунті, в порівнянні з англійськими словами-прототипами, оскільки більшість з них утворено від російських іменників, тобто вони якби доручають іншомовному суфіксу позначати процесуальну континуальність [9, с. 184].

Ще п'ятнадцять років тому В. Григор'єв висловив гіпотезу про високу ймовірність виникнення в російській мові інгових дериватів від імен відомих людей [8]. На його думку, сфера відносин суфікса *-інг* з полем особистих імен містить багато підводних каменів політичного, правового та етичного характеру, однак навряд чи більше, ніж інші сфери словотворчості та живі оцінки референтів і денотатів [8].

Гіпотеза В. Григор'єва виявилася вірною – не тільки для російської, а й для інших слов'янських мов, про що свідчить, наприклад, дослідження морфологічної та семантичної структури польських ономастичних похідних у публіцистичному дискурсі, проведене Е. Конечною [28]. Польська лінгвістка зазначає, що більшість подібних епонімів створюється за допомогою іноземних афіксів. Це говорить про прогрес у інтернаціоналізації слов'янських мов, які все більше покладаються на нерідні афікси і дериваційні шаблони. На думку вченої, такі лексичні інновації є засобом публіцистичного висловлювання і зброєю, використовуваною у політичній боротьбі [28, с. 97].

Висновки і гіпотези, зроблені на матеріалі російської і польської мов, можна сміливо екстраполювати на сучасну українську мову медіа.

Використовувані у сучасному українському і російському публіцистичному дискурсі деоніми, утворені за допомогою суфікса *-інг* на базі імен політиків, представлені двома семантичними групами.

Слова першої семантичної групи інгових дериватів мають значення «характерні дії, поведінку певного політичного діяча». Так, від прізвища Анатолія Чубайса, автора сумнозвісної в Росії приватизації 90-х років минулого століття, утворена лексема *чубайсінг* з семантикою «економічне шахрайство, обман», наприклад:

Толлинг – это замаскированный чубайсинг (Проза.ру, 20.09.2017).

Ця група в українському політичному медіадискурсі поки ще не представлена.

Друга група інгових деонімів має семантику «мітинг на підтримку конкретного політика» і є досить продуктивною. Перший неологізм такого роду, *путінг*, утворений від прізвища президента РФ, виник ще на початку 2000-х років. Точне авторство лексеми невідомо, але книга журналістки Олени Трегубової «Байки кремлівського дідгера», яка вийшла у 2003 році, містила главу з назвою «Легкий путінг». Лексема з негативними конотаціями швидко знайшла широку популярність в опозиційних російських ЗМК.

Варто згадати реальний інцидент, що стався в 2007 році, завдяки якому слово *путінг* отримало статус нормативного на правовому рівні. У матеріалі видання «Газета.Ру» під заголовком «Путінг – більше не лайка» читаємо: *У Володимирі припинено справу «про путінг»: кримінальну справу про образу президента, порушену за фактом показу репортажу про мітинг на підтримку Володимира Путіна в ефірі міської телекомпанії ТВ6-Володимир. Сам мітинг в матеріалі був названий вже поширеним на той час публіцистичним кліше «путінг», а мітингувальники – «вірними путіністами». Слово «путінг» визнав образливим депутат Держдуми від «Єдиної Росії», экс-прем'єр Чечні Михайло Бабич, який і звернувся до прокуратури з проханням провести перевірку наявності складу злочину в діях телекомпанії. Експерт з Нижегородського лінгвістичного університету Михайло Грачов заявив, що ці вирази можуть бути образою президента. У зв'язку з цим було порушено справу за статтею*

319 КК РФ (публічна образа представника влади при виконанні посадових обов'язків). 22 вересня 2007 року слідчі органи отримали висновок експертів. Згідно з висновками фахівців, коментар журналіста телекомпанії, а також в цілому відеосюжет зроблений «в рамках загальної комунікативної ситуації передвиборчих дебатів». 23 вересня винесено постанову про припинення кримінальної справи з підстав відсутності події злочину (Газета.Ру, 25.09.2008). У наведеному газетному матеріалі особливо важливим в аспекті нашого дослідження є те, що неологізм *путінг* віднесений до публіцистичних кліше. Справедливість цього твердження доводиться фактом активного вживання деоніма в наступні роки:

Провальный путинг-крымнашинг (Крым. Реалии, 19.03.2016),

Это будет типичный «путинг» (Радіо «Свобода», 23.08.2019).

Українські ЗМК теж активно використовують лексему *путінг*:

«Путинг» с анчоусами: Быдла в России больше, чем свободных людей (Цензор.Нет, 06.02.2012),

«Путинг скорби» в Москве: старики вышли за «рыцаря Путина», дети читали стихи о смерти Украины (Депо-ua, 28.09.2014),

Провальный «путинг». Загнанные бюджетники прорвали полицейский кордон, уходя с концерта «Крымнаш» (ТСН, 18.03.2016),

Знайомтесь, це путінг (Українська трибуна, 25.09.2018).

За аналогією з неологізмом *путінг* утворюються такі лексеми. Активізація протестного руху в Росії створила умови для появи неолексеми *навальнінг* (від прізвища російського опозиціонера Олексія Навального) зі значенням «мітинг проти путінського режиму». Неологізм вживається переважно в текстах провладних медіа з негативною конотацією:

«Навальнинг» как ответ на «путинг»: кто согнал людей на митинг 18 июля? (Новий день, 26.07.2013).

Однак останнім часом спостерігається нейтралізація негативної семантики і перехід слова в розряд загальноживаних. Так, опозиційна інтернет-газета «Фонтанка» дає матеріал із заголовком:

Преподаватель ЛЭТИ о навальнинге: по сравнению с Северной Кореей Россия – образец демократии (Фонтанка, 29.03.2017).

У 2016 році після виступів прихильників глави Чечні Рамзана Кадірова виник неологізм *кадірінг* зі значенням «мітинг на підтримку Кадірова»:

#Кадиринг (Радіо Свобода, 22.01.2016),

Після кадірінга залишилося багато мусорінга: реакція соцмереж на мітинг у Грозному (Гордон.ua, 23.01.2016).

Журнал «Сноб» у матеріалі «Бздюлька, кадірінг і інші слова зими» навіть дає розгорнуту дефініцію нового терміну, що містить концептуальне осмислення феномена: *Кадиринг – нова форма суспільного життя. На відміну від мітингу (масового виступу для захисту конституційних прав громадян від держави) або путінгу (масового виступу для захисту держави від конституційних прав громадян), кадірінг покликаний лише висловити думку про те, що лідер Чечні Рамзан Кадіров – чудова людина і герой Росії* (Сноб, 01.03.2016).

На даний момент неологізм *кадірінг* має переважно негативні конотації і вживається в опозиційних до влади ЗМК, хоча цілком ймовірно, що з часом він, як і *навальнінг*, придбає нейтрального забарвлення.

Характерною особливістю інгових деонімів із семантикою «мітинг на підтримку певного політика» є те, що виникають вони в середовищі ідейних супротивників певного політика, але потім, ставши поширеними, втрачають негативні конотації і починають використовуватися обома політичними таборами. Це дозволяє припустити, що з часом модель «прізвище політика + суфікс *-інг*» у мові ЗМК буде сприйматися як норма.

2.2 Деоніми-компози

Впливом англійських словотворчих моделей пояснюється виникнення і активне використання в українському політичному медіадискурсі численних деоніми-комполітів, тобто неологізмів, утворених шляхом складання.

За семантикою деоніми-комполіти можна поділити на групи. Продуктивною є група слів, в яких перша частина таких слів – це прізвище чи ім'я політика, а друга – елемент його політичної активності. Яскравим прикладом в англійській мові подібного комполіту є *obamacare* (реформа охорони здоров'я, проведена екс-президентом США Бараком Обамою).

Традиційно для української мови подібні складні слова не були характерними, адже значення присвійності зазвичай передається або присвійним прикметником або родовим відмінком.

Однак, у 2017 році в українському медіадискурсі виник і почав активно використовуватися неологізм *Міхо-Майдан* зі значенням «акції протесту в Україні, організовані Михайлом Саакашвілі». Необхідно зазначити, що традиційна номінація явища («іменник + ім'я політика у родовому відмінку», тобто *Майдан Міхо*) виявилася одиничною:

«Майдан Міхо», або Саакашвілі один на один з Порошенком (Українська правда, 20.10.2017).

Переважна більшість ЗМК використовувало саме комполіт. Іноді з дефісом:

«Міхо-майдан» під Радою розігнали під приводом «обшуку», є потерпілі (Тексти.org.ua. 03.03.2017),

а іноді разом, але з написанням обох частин слова з великої літери:

МіхоМайдан під Радою зняли з висоти пташиного польоту (Страна.ua, 08.10.2017),

На віче МіхоМайдана зібралося близько 150 чоловік і оголосили президенту 5-денний ультиматум (Страна.ua, 21.10.2017).

Різниця в написанні пов'язана, як нам здається, з тим, що для української мови складні слова з таким порядком розташування компонентів поки не є звичними. Можна припустити, що в якості норми закріпиться оформлення лексеми з дефісом завдяки більше зрозумілості для аудиторії такого варіанту.

Словотворча модель виявилася досить продуктивною. Кожний новий сплеск протестної активності в Україні став називатися деонімом-комполитом, який пояснював аудиторії, з ким з політиків пов'язана ця активність.

У 2019 році в українському політичному медіадискурсі з'явився неологізм *Штайнмайер-майдан*, тобто протест, пов'язаний з імплементацією пропозицій німецького політика Ф. В. Штайнмайера в українське законодавство:

Если «Штайнмайер-майдан» победит: Что ждет Украину (Голос.юа, 15.10.2019).

У тому ж році протести прихильників Петра Порошенка проти політики Володимира Зеленського отримали у медіа назву *Порох-майдан*:

Порох-майдан удивил. Но не тем, что удался, а скорее наоборот (Страна.юа, 08.12.2019),

«Фельдмаршал Гайдукевич и Гросс-Адмирал Вятрович», – днепровский депутат о Порох-майдане (Кстати.дп.юа, 09.12.2019).

Другою продуктивною групою деонімів-комполитів є слова, створені за моделлю «онім + бот», які мають семантику «палкий прихильник певного політика» з негативною конотацією. Ці слова виникли під впливом медіадискурсу США, у якому 2010 року з'явилася і набула популярності лексема *obamabot*. Лексема зафіксована у електронному словнику Університету Райса (див. додаток А), де тлумачиться наступним чином: «обамабот – захисник політики президента Обами. В основному використовується на форумах як образа прихильників Обами. Привертає увагу до того, що обамаботи робототехнічні, що вони бездумно підтримують президента, не враховуючи наслідків, які має його президентство. Термін також, здається, натякає на

роботів, що заволоділи світом і зруйнували його, і асоціює цю ідею з демократами. Етимологія: композит слів *Обама* та *робот*» [32].

Неологізм швидко набув популярності і зараз ця словотворча використовується стосовно прихильників інших президентів США, наприклад, Дональда Трампа:

Meet Trumpbot, the bot that tries to talk like Trump (Washington Post, 16.01.2018).

В українському медіадискурсі деоніми, утворені за такою моделлю, вперше з'явилися 2014 року і стосувалися тих, хто підтримував політику Юлії Тимошенко. Мається на увазі лексема *юлебот*, тобто прихильник Тимошенко:

Юлебот. Как главный паралимпиец страны агитировал за Тимошенко (Українська трибуна, 24.05.2014).

Наступна модифікація, що виникла на базі прізвища Петра Порошенка, швидко набула популярності під час останніх президентських виборчих перегонів:

Що робити з порохоботами? (Українська правда, 26.04.2019),

«Порохоботы» и «зеленые»: зачем Россия настраивает украинцев друг против друга, создавая в Украине два лагеря (5 канал, 12.11.2019),

Порохоботы и националисты атакуют Зе за формулу по Донбассу. Чем это грозит? (Страна.юа, 02.10.2019).

Прихильників опонента Петра Порошенка Володимира Зеленського називають по-різному – або *зелеботами*:

Зелеботы: кто это такие, почему их называют «девочками» и «мелкотравчатыми» (Ua.portal, 27.04.2019),

або *зеботами*:

Зеботы. Как действует сетевая армия Зеленского и чем она отличается от порохоботов (Страна.юа, 22.08.2019).

У другому випадку, на нашу думку, «спрацьовує» медійне кліше називати усе, що стосується президента Володимира Зеленського словами з формантом *зе-* (наприклад, *зе-команда*, *зе-новини*). Пропозиції запитів у пошуковій системі Google за ключовим словом *зе-* наведено у додатку Б.

Лексеми з цим формантом у сучасному українському політичному дискурсі є дуже популярними, їх використовують і прихильники президента, і його опоненти:

Нормандская ЗЕ-команда. Зачем Зеленский взял в Париж Авакова и Баканова (Вести.юа, 10.12.2019),

Зе-команда в действии: стало известно, кто из «слуг народа» пропустил больше всего голосований (5 канал, 30.09.2019),

Зе! депутат-педофіл: у правоохоронних органах підтвердили інформацію про Романа Іванісова (Стоп-кор, 20.11.2019).

Аналіз українського медіадискурсу свідчить про стійку тенденцію до того, щоб уточнюючі форманти у композиті ставилися перед основним словом, як це зазвичай робиться в англійській мові. Наприклад:

Тягнибок на анти-Зе митинге призвал к «перепаспортизации» жителей Донбасса (Страна-юа, 08.12.2019).

Лексема-композит *анти-Зе митинг* із семантикою «мітинг, спрямований проти політики Володимира Зеленського» є типовою калькою з американських складних утворень *anti-Trump protest* чи *anti-Trump delusions*. Наприклад:

The exhaustion of Democrats' anti-Trump delusions (The Hill, 20.08.2019),

Anti-Trump protest planned in London during December visit (Reuters, 21.1.2019).

Отже, дослідження українського політичного медіадискурсу свідчить про продуктивність дериваційних моделей деонімів, що виникли під впливом англійської мови, а саме: деоніми з формантом *-інг* та різноманітні композити.

ВИСНОВКИ

Публіцистика, будучи основним каналом трансляції актуальних проблем сучасного суспільного життя, характеризується використанням широкого спектра мовних засобів. Вивчення публіцистичних текстів дозволяє досліджувати лексику у всьому її функціонально-стилістичному розмаїтті. Опис актуальних мовних процесів дозволяє визначити вектори зміни сучасної мови ЗМІ: демократизацію мови, зниження культури мови, рухливість і мінливість мовних норм, прагнення до емоційності, економії мовних засобів, активне використання прийомів мовної гри.

Розширення лексичного фонду за рахунок неологізмів зумовлене, в першу чергу, комунікативними потребами. Нові лексеми, що виникають в публіцистиці, є відображенням динамічних процесів розвитку мовної системи і одним із засобів оновлення мовної картини світу. Завдяки високому ступеню образності, експресивності і семантичної насиченості, вони стають ефективним способом трансляції змін у світосприйнятті, сприяють формуванню оцінки суспільних явищ і процесів, є індикатором трансформацій норм і цінностей, зрушень в ідеологічній сфері. Для систематизації матеріалу важливі такі критерії, як відсутність фіксації в лексикографічних джерелах, а також частотність вживання у текстових реалізаціях.

Активне виникнення і поширення нових лексичних одиниць, компонентами яких є антропоніми, в українській мові ЗМІ є свідченням важливих змін у суспільній свідомості. Політика, з одного боку, персоніфікується, влада з безликого моноліту перетворюється на співтовариство конкретних особистостей, кожна з яких наділена індивідуальними рисами, з іншого боку – вона втрачає ореол чогось високого чи не доступного для пересічного обивателя. І важливу роль в цьому процесі відіграє шар деонімної лексики.

Заміна словосполучення «мітинг прихильників Володимира Путіна» експресивної лексемою *путінг*, називання протестних акцій, організованих Михайлом Саакашвілі, ємним словом Міхо-Майдан, композити на кшталт *порохобот* чи *анти-Зе мітинг* говорять не тільки про вплив словотворчих моделей англійської мови на українську або про тенденції до економії мовних засобів. Лінгвістика тут є відображенням суттєвих зрушень у суспільній свідомості. Мовна гра, прагнення до виразності й емотивності публіцистичного тексту, які проявляються в створенні нових лексем-деонімів, можуть розглядатися в якості маркерів процесу соціальної трансформації у сучасному українському інформаційному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алефиренко Н. Ф. Неофразеологизация в свете когнитивно-дискурсивного подхода. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство»*. 2009. № 11. Вип. 15. Т. 1. С. 3–9.
2. Белов В. Некоторые лексические процессы в российском политическом дискурсе (на материале российских Интернет-газет). *Zeitschrift für Slavische Philologie*. 2016. № 72, 2, pp. 383–411.
3. Галицька О. Б. Трансформація німецького деонімного простору (до «Теоретичного курсу другої іноземної мови (німецької)»). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2016. Вип. 63. С. 41–43.
4. Гладченкова Е.А. Изменение внешней и внутренней формы прецедентных антропонимов в жаргонной фразеологии. *Известия Южного федерального университета*. Филологические науки. 2011. № 3. С.156–162.
5. Горбань В. В. Креативний потенціал антропонімів у політичному дискурсі (мінливість vs стійкість). *Слов'янський збірник: Зб. наук. праць*. Вип. 18. Чернівці: 2014. С. 20–28.
6. Григораш А. М. Фразеологические инновации как отражение политических процессов (на материале русскоязычной прессы Украины). *Русский язык и литература: проблемы изучения и преподавания: сб. науч. трудов*. К., 2014. Вып 8, С. 104–109.
7. Григораш А. М. Фразеологические инновации в современной публицистике Украины (на материале русскоязычной прессы 1990-х - 2000-х годов): монографія / Нац. пед. ун-т им. М.П.Драгоманова. К.: Знання України, 2008. С. 415–436.

8. Григорьев В. П. Светлое будущее «инговых форм» в русском поэтическом языке. 2005. URL: <http://www.vavilon.ru/textonly/issue13/grigoriev.html> (cit. 24.10.2019)
9. Дьяков А. И., Скворецкая Е. В. Суффикс -инг завоевывает свои позиции в русском словообразовании. *Сибирский филологический журнал*. 2013. № 4, С. 180–186.
10. Касім Г. Ю., Мінкевич Е. Е. Експліцитні індикатори деонімізації пропріальних назв у публіцистичному тексті. *Слов'янський збірник: Зб. наук. праць*. Вип. 18. Чернівці: 2014. С. 34–52.
11. Катермина В. В. Оценочные номинации политиков (на материале русской и английской субстандартной лексики). *Политическая лингвистика*. 2015. № 3 (53). С. 26–31.
12. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі: монографія. К. Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
13. Колоїз Ж. В. Семантичні неологізми як результат семантичної деривації. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна: Сер: філологія*. 2005. № 659, Вип. 44. С. 6–11.
14. Лукаш Г. П. Словник конотативних власних назв. 2-е вид., перероб. і доп. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. 280 с.
15. Маркевич В. И. Национально-культурная специфика фразеологизмов с компонентом-антропонимом в русском, белорусском и немецком языках. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2014. № 7 (37), II. С. 136–139.
16. Навальна М. І. Динаміка лексикону української періодики початку ХХІ ст.: монографія. К.: Інститут української мови; Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. 328 с.

17. Онищенко Ю. А. Место фразеологических оборотов в языке прессы. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]*. Сер.: Філологічна. 2009. Вип. 11. С. 316–323.
18. Онищук Н. А. Фразеологические неологизмы и фразеологические инновации в современной лингвистической науке. *Система і структура східнослов'янських мов*. 2015. Вип. 8. С. 95–104.
19. Перепелица М. С. Язык СМИ как объект исследования медиалингвистики. *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. 2013. Том 26 (65). № 4. ч. 2. С. 169–174.
20. Русецька О. Б. Лексико-семантичні особливості мови періодики ХХІ ст. (на матеріалі житомирської преси). *Актуальні питання масової комунікації*. 2014. Т. 56. С. 69-72
21. Санников В. З. *Русский язык в зеркале языковой игры*. Москва: Языки славянской культуры, 2002. 532 с.
22. Сингаївська Г. В. Власне ім'я в лексико-семантичній системі мови. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Вип. 24. 2013. С. 365–373.
23. Словник.ua. Портал української мови та культури. URL: <https://www.slovnyk.ua/index.php?swrd=деонімізація> (cit. 26.10.2019)
24. Торчинський М. М. Структура, типологія і функціонування онімної лексики української мови: автореф. дис... на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук: спец.: 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2010. 20 с.
25. Цонева Л. М. Особенности языковой игры в современных СМИ. *Основные тенденции развития русского и других славянских языков в современном мире: сб. науч. трудов по материалам Международной научной конференции (15–16 мая 2014 г., г. Трнава)*. Брно, 2014. С. 306–311.

26. Якушева А. В. К семантике политического текста: антропонимы в функциональной среде сетевых средств массовой информации. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2014. № 6. С. 1–6.
27. Gorham M. S., Lunde I., Paulsen M. (eds.). *Digital Russia: The Language, Culture and Politics of New Media Communication*. London, 2014.
28. Konieczna E. Polish onomastic derivatives in the contemporary political discourse in the light of internationalization of Slavic languages. *Zeitschrift für Slawistik*. 2011. № 56, 1. pp. 97–107.
29. Lunde I. Hashtag Poetics: Political humour on Russian Twitter. *Zeitschrift für Slawistik*. 2016. № 61, 1. Special Issue: Contemporary Eastern European political discourse. pp. 102–118.
30. Shakhmetova N. A., Bekbosynova A. H. Proper name as a cultural text. *Life Science Journal*. 2014. № 11(10s). pp. 451–456.
31. Schweickard W. «Deonomastik». Ableitungen auf der Basis von Eigennamen im Französischen (unter vergleichender Berücksichtigung des Italienischen, Rumänischen und Spanischen). Tübingen: Max Nimeyer Verlag, 1992. 438 s.
32. The Rice University Neologisms Database URL: <https://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=8935> (cit. 15.10.2019)
33. Yermolenko S. Categorizing Ukrainian eponyms from a socio-cultural perspective. *Мова і суспільство*. 2018. Вип. 9. С. 5–13.

ДОДАТКИ

Додаток А

Тлумачення лексеми *obamabot* у словнику Університету Райса

The Rice University Neologisms Database

Neologisms Browse Advanced Search Feedback Login

Obamabot

noun; blending and clipping
Defender of President Obama's policies

Used primarily on forums as an insult to Obama supporters. Carries the connotation that the Obamabots are robotic, that they mindlessly support the President without considering the effects that his Presidency are having. The term also seems to play on the connotation of robots taking over the world and ruining it, and associating that idea with the Democrats.

Etymology : Clipping and blending of President Obama and robot
Source : The obamabots are out in force.... all of them are yelling - Yahoo News Comment (September 2010)

Last modified: 8 December 2010

Contents © 2008 [Suzanne Kemmer](#)

Navigation

\$ % & ' (+ , - 1 2 3 4 5 6 8 9 @
A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z [a b c
e f g u v
_

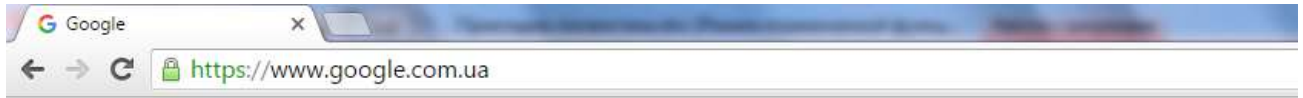
[OA](#) [OB](#) [OC](#) [OD](#) [OF](#) [OG](#) [OH](#) [OI](#) [OJ](#)
[OK](#) [OM](#) [ON](#) [OO](#) [OP](#) [OR](#) [OT](#) [OU](#)
[OV](#) [OW](#) [OX](#) [OY](#)

Options

[Report a bug](#)

Powered by [Glossword 1.8.7](#)
Design by [Nuvio | Webdesign](#)

Пропозиції запитів у пошуковій системі Google за ключовим словом *зе-*



The Google logo, consisting of the word "Google" in its characteristic multi-colored font.

