

## ЛІНГВОКРЕАТИВНА ОНОМАСТИКА: МЕДІЙНИЙ ОБРАЗ ВОЛОДИМИРА ПУТІНА В УКРАЇНСЬКОМУ ТА РОСІЙСЬКОМУ ДИСКУРСІ

Ключові слова: лінгвістика креативу, креативна ономастика, антропонім-креатема, мовна гра, медійний образ

### 1. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Мова у своїх глибинах містить багато несподіванок і відкриттів. Те, що впорядковане на поверхневому рівні за формальними вимогами й ustalеними нормами, по-новому трансформується на комунікативному, семантичному та прагматичному рівнях, де функційно навантаженими постають ситуативні чинники, мовленнєві стратегії й тактики. Творчі носії мови прагнуть не лише відтворювати мовні одиниці, але й конструювати їх, маніпулювати ними, видозмінювати, наповнюючи не лише традиційною інформацією, зафіксованою в тезаурусі, мовній картині світу того чи іншого народу, його менталітеті, мовній свідомості, стереотипах, але й новою інформацією прагматичного характеру, пов'язаною із соціокультурними й психологічними чинниками на основі актуальних асоціативних зв'язків, стимулами яких є реальне довкілля, а часом і довкілля віртуальне. Мовносоціумні й психологічні чинники, зрозуміло, окреслюють ситуативно-комунікативні завдання, що торкаються не лише слів, які репрезентують семантику (денотативно-сигніфікативні її аспекти), але й тих, що демонструють значення, природа яких має не семантичний, а прагматичний характер: це стосується насамперед власних назв. Авторка цієї статті солідарна з тезою, висунутою Микитою Толстим, про те, що кожна власна назва містить «індивідуальну інформацію щодо індивідуально-прагматичного ставлення до предмета» (Толстой, 1997, с. 396). Це положення й пояснює такі широкі можливості

моделювання прагматичного значення власної назви як предмета лінгвокреативної ономастики.

## 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ НАУКОВОЇ РОЗВІДКИ

Мовносоціумні й психолінгвістичні дослідження, як відомо, мають тривалу історію. Їх початки сягають концепцій В. Вундта, В. Гумбольдта, І. Бодуена де Куртене, О. Потебні, які прагнули пояснити природу впливу мовної стиії на людську особистість, її реалізацію в комунікації та, власне, вплив на мовлення (Хайдеггер, 2015), однак традиція мовносоціумних та психолінгвістичних досліджень повинна мати тяглість. Сьогодні дослідники констатують наявність «тоталітарної офіційної мови» та «антитоталітарної неофіційної», відмінність між якими полягає в тому, що тоталітарна мова — це наслідок маніпуляцій мовленням, керованих владою: вона чітко регламентована, переважає писемна форма усного мовлення, де немає місця імпровізації, творчості та ін., а антитоталітарне мовлення — вільне, імпровізоване й власне креативне (Sériot, 1985). Дослідження антитоталітарного, вільного і творчого мовлення на мовносоціумному й психологічному ґрунті, що виявляється в онімному просторі, є новаторським, але й таким, що забезпечує тяглість лінгвістичної традиції і має перспективу. Зазначене проєктуємо на розроблення в межах теорії лінгвокреативної ономастики й учення про ономастичну креатему як мінімальну структурну одиницю творчого акту, що базується на потенціалі маніпуляцій зі значенням власної назви внаслідок її великого прагматичного потенціалу. Лінгвокреативність розглядаємо як ланцюжковий модальний процес переходу від актуального до потенційного, що згодом може трансформуватися в нову актуалізацію. Саме це відбувається з власними назвами під час моделювання на їх базі нових смислів з актуалізацією системи маніпулем (прийомів мовної гри). Процес маніпулювання прагматикою онімів, особливо антропонімів, стає, як видається, інструментом екологізації суспільно-політичного життя, що передусім фіксується в мові ЗМІ.

У сучасному мовознавстві проблематику лінгвістики креативу обґрунтовують такі вчені, як Тетяна Гридина (2012, 2013, 2014, 2018), Тетяна Космеда, Анатолій Загнітко, Жанна Краснобаєва-Чорна (2019), Тетяна Космеда, Оксана Халіман (Космеда & Халіман, 2013; Халіман, 2019), Борис Норман (2006), Олександр Стишов (2015), Тереса Добжинська (1992), Чеслав Косиль (1978), Марюш Рутковські (2007). Лінгвістика креативу має частково розроблену методологію, широкий діапазон проблемних питань, що однак своєрідно виявляється в проєкції на антропоніми і їх перифрази як предмет цієї розвідки.

### 3. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЙОГО МАТЕРІАЛ

Дослідження ґрунтується на таких методах, як традиційний описовий, концептуального, компонентного, контекстуального, прагматичного, асоціативного, класифікаційного та порівняльного аналізів, спроектованих на синхронний зріз української і російської мов початку ХХІ століття. До аналізу залучено публіцистичний дискурс ЗМІ, зокрема такі україномовні газети, як „Голос України”, „Україна молода”, „Українська правда”, „Слово Просвіти” та ін., а також газети російськомовні — „День”, „Известия”, „Совершенно секретно”, „Русский Монитор” та ін. Ці газети належать до найбільш популярних у сучасному медійному просторі України.

### 4. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ

Мета цієї наукової розвідки — показати шляхи творення антропонімних креативів у сучасному українському і російському публіцистичному дискурсі на прикладі маніпулювання антропонімом — прізвищем та ім'ям російського президента Володимира Путіна, що семантично переосмислюється, є стимулом для творення оригінальних конотацій, семантичної та словотвірної деривації, прагматичних смислів, що репрезентує вектор функційного навантаження цього антропоніма.

### 5. ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Основою лінгвістики креативу, безперечно, є людська психіка, що виявляється в прагненні людини до моделювання гострослів'я, жарту, іронії, мовної гри, мовного експерименту, зумисної актуалізації мовних аномалій, девіацій, порушення чинних мовних норм чи моделювання нової прагматичної норми. Зазначене стосується вербалізації емоцій, моделювання експресії, різних типів конотацій. Таку мовотворчість розглядаємо як вияв «свободи слова», креативність мовної особистості, здатної вербалізувати оригінальність мислення, демонструвати ламання стереотипів та ін. Діагностичним маркером рівня мовленнєвого багатства мовної особистості є новотвори, оказіональні похідні, новітнє смислове наповнення антропонімів, актуалізація потенційних моделей антропонімних креативів. Проблемні питання, що потрапляють у поле зору цього дослідження, — мовна креативність та інноваційність, активні способи моделювання мовної гри з антропонімами (метафоризація, евфемізація та дисфемізація, креолізована деривація, зокрема й графічна та ін.), виокремлення відповідних класів антропонімних креативів, що поширені в мові ЗМІ (Космеда, 2015, 2017).

Для того, щоб прямо не називати прізвище Путіна інколи використовують параномазійні евфемістичні утворення, наприклад, *путана*, що було вжито в телепередачі про екстрасенсів (канал «1+1» 12 лютого 2020 р.). Екстрасенс використав асоціат *путана*. З контексту стає зрозуміло, що йдеться про Путіна — мотивація досить прозора: моделюється натяк і виникає нова номінація-дисфемізм.

На основі маніпуляції прізвищем *Путін* створюються образи інших політиків, схожих на нього за певними ознаками, однак зауважмо, що це практично завжди негативно конотована назва, порівн.: про Володимира Зеленського — *агент Путіна* чи *другий Путін*:

За словами представника штабу президента Олега Медведєва, сюжет борду не означає, ніби в команді Порошенка вважають Зеленського *агентом Путіна* (УП. 2019.04.20);

Зеленський — це *другий Путін*. Він — узурпатор влади... (НТА. 2019.09.07).

Спостерігаємо використання імені Путіна *Володимир* у грубо-зневажливій тональності — *Вован*, що репрезентує розмовно-жаргонізоване мовлення. Актуалізація такої зниженої розмовної вульгарної форми імені президента з лексемою високого стилю *цар* створює комізм та іронію, порівн.: *цар Російської Федерації Вован*:

Можна тільки уявити «вождя» України Вовіка-коміка і *царя Російської Федерації Вована* — першого світового терориста... (УМ. 2019.03.27).

Звернімо увагу й на складене найменування *перший світовий терорист*. Негативне значення посилюється метафоричним уживанням числівника *перший* у прикметниковому значенні ‘кращий, найбільш успішний’, що актуалізує прийом аксіологічної енантіосемії.

З’єднуючи початкові літери прізвища *Путін* і кінцевий склад прізвища *Гітлер*, змодельовано okazіоналізм, що репрезентує яскравий образ-гібрид тирана — *Путлер*:

[...] Путін же, виступивши агресором проти України, був «удостоєний» прізвиськом «*Путлер*». В блогосфері задовго до цього таке слово проходило, але зараз воно стало набагато актуальнішим (ЛВ. 2014.03.05);

«*Путлере*, забирайся!», — написали жителі на фасаді будинку по вулиці Панфілова, 126 ПУ. 2017.09.09).

Путіна порівнюють не лише з Гітлером, але й зі Сталіном одночасно. Метафора базується на феномені прецедентності, порівн.: *гібрид Гітлера–Сталіна XXI сторіччя*:

Ось так «сильні світу цього» ведуть закулісну «велику геополітику» на крові українців і пасажирів малайзійського літака, вбитих Кремлем на чолі з кривавим Путіним, який є *гібридом Гітлера–Сталіна XXI сторіччя* (УМ. 2018.02.20, с. 6–7).

За подібною моделлю створено ще одне okazіональне слово: поєднуються початкові склади лексеми *лілінут* і додається повна форма прізвища *Путін*, при цьому не використовується велика літера, що підвищує негативну конотацію й прагматику зневаги, порівн.: *лілінутін*:

На Сході країни, на ваш погляд, наразі війна чи те як це називають? Я вам так скажу: це АЦ, а не АТО чи ще щось. АЦ — а це справжня війна. Гітлер оголосив, що розпочинає війну, *«лілінутін»* — не оголосив. Якщо це не війна, нехай мені хтось дасть відповідь, чому тоді щодня пливають домовини до сіл і селищ і українці стають на коліна, зустрічаючи їх (Г. 2018.06.29);

*Лілінутін*: У мережі показали світліну президента РФ без фотошопу (ПУ. 2018.01.06).

Мають місце приклади моделювання образу Путіна у фокусі актуалізації його негативних фізичних та розумових здібностей — недосконалої, дивакуватості, карликового зросту, звернено увагу й на похилий вік та ін. З'являються ефектні аксіологічні перифрази, порівн.: *шизофренік маленького зросту; шизофренічний карлик; кремлівський карлик; наш бодрячок пенсіонер, що геть-чисто вижив з розуму*:

Виявилось, що Володимир Путін зіткнувся з жорстким противником, гострим на язик... Коломойський у відповідь висміяв Путіна, назвав його «шизофреніком маленького зросту» (Mind.ua. 2019.04.08.);

Навряд чи він забув про те, як... олігарх Ігор Коломойський назвав Путіна «шизофренічним карликом» в розпал війни на Донбасі (УНІАН: сайт інформаційного агентства, 2019.04.30); Кремлівський карлик таки не отримав жодного голосу в Україні; націоналісти на всіх чотирьох дільницях заблокували вибори президента Рашки (Своб. 2018.03.22–28, с. 3);

Нашому бодрячку пенсіонеру, що геть-чисто вижив з розуму, захотілося влегку пограти у війнушку? (ГУ. 2018.01.24, с. 9).

Простежуємо приклади складного моделювання метонімії-перифрази, порівн.: «вершина айсбергу під назвою ФСБ» (УП. сайт газети, 2019.10.07).

На тлі інформації про те, що Путін керує великою та могутньою країною зустрічаємо жаргонізовані, презирливі найменування — *Рашка, Московія*, порівн.: «Кремлівський карлик таки не отримав жодного голосу в Україні; націоналісти на всіх чотирьох дільницях заблокували вибори *президента Рашки*» (Своб. 2018, 22–28 березня, с. 3); *«Вождь Московії* домагався в Україні хаосу...» (ГУ. 2019.11.20).

Деякі метафоричні перифрази створені на прецедентних фольклорних негативних образах, порівн.: *«Коцїй безсмертний» кремлівської політики:*

Чи думав 20 років тому успішний артист й інтерпретатор політичної сатири з України Володимир Зеленський, виступаючи і на російській сцені, і на корпоративах, що йому доведеться вести гру не лише за написаним сценарієм, а й психологічну з *«Коцїєм безсмертним» кремлівської політики* (УМ. 2019. 4.12).

Для номінації Путіна актуалізовано біблійний образ Каїна, порівн.: *справжній новий Каїн*: «У вересні 2014 року Патріарх Київський і всієї України-Руси Філарет заявив: „Серед правителів світу цього, які за фактом хрещення належать до Православної церкви, виявився *справжній новий Каїн* — не по імені, але по справах [...]“» (СП. 2019, 17–23.01, с. 4).

Змодельовано номінацію-перифразу, що вказує на Путіна як мафіозі, порівн.: *«хрещений батько» Росії*: «Тепер РПЦ буде підлегла винятково паханату Луб'янки, а піп Кирило, за канонами мафії, зобов'язаний цілувати руку „хрещеному батькові“ Росії» (СП. 2019.01.17–23, с. 4).

У російськомовному медійному дискурсі також натрапляємо на оригінальну креативність щодо прізвиськ Путіна. Наприклад, одним з поширених є *Альфа-дог*, що зафіксовано в газетному тексті, порівн.: «...російський президент отримав прозвище „Альфа-дог“ среди американских дипломатов» (ББЦ. 2016.04.06). На сайті Кремля з'явилися відповідні фото, що й мотивувало нове прізвисько. Загальновідома любов Путіна до собак дає змогу моделювати іронічну тональність, пов'язану зі ставленням господаря до свого домашнього улюбленця. Це відзначили журналісти в процесі створення перифрази, порівн.: «Путин — „собачник“ со стажем, однако не самый ответственный хозяин. Десять лет назад Путин взял Конни на встречу с канцлером Германии Ангелой Меркель (Angela Merkel), которая боится собак» (ИН. 2017.07.25).

У російськомовному дискурсі поширене ще одне прізвисько Путіна, яке він отримав, працюючи в Комітеті державної безпеки (КДБ). Це прізвисько, як видно з контексту, мотивоване зовнішніми даними, виглядом (бліде обличчя і світле волосся, зовнішня невиразність), а ще, очевидно, шкідливою функцією, що породжує цілком мотивовані негативні асоціації з моллю, порівн.: *Моль*: «Гимнастикой занимается регулярно и с нагрузками. Черты лица тонкие. Общий рисунок лица не запоминающийся, в КГБ имел прозвище *Моль*. Взгляд сосредоточенный, жесткий, скорее скрывающий настроение, нежели передающий его» (СС. 2000.03.01).

Негативне ставлення до Путіна виражає лексема, що ґрунтується на актуалізації мовної гри: зіставлення паронімів, тобто певна зовнішня подібність

слів *ампутация* і *Путин* лягла в основу утворення оказіональної лексики *амПутинация*:

Я растратил впустую двадцать лет своей жизни на сопротивление торжествующей банальности зла. В меру своих скромных возможностей я расчленял, препарировал, высмеивал это зло. Призывал к избавлению от него, предрекал его скорое падение, опережая тягуче текущее время. Как же мог я этого не делать, если мне всегда, с самого начала — с момента «учений» в Рязани и сортирной реплики героя — была ясна альтернатива: *амПутинация* или гангрена. Родина или её смерть (Ар. 2019.01.18).

Як бачимо, пропонується причинно-наслідкова дихотомія: *гангрена* — *амПутинация* (*ампутация*). Простежуємо евфемізацію, підтекст легко розшифровується. Іншої альтернативи немає. Лексема створена на основі застосування прийому капіталізації — вживання великої літери в середині слова, що порушує орфографічну норму, однак саме це порушення сприяє створенню ігрового ефекту.

За такою самою моделлю створене й оказіональне слово *Капутин*. У цьому разі мовна гра ґрунтується на з'єднанні двох слів *капут* (запозичено, що загальновідомо, з німецької мови і значить “кінець”) та *Путин*. Це, звісно, насамперед асоціюється з фашизмом, режимом Гітлера: моделюється смисл ‘кінець Путіну’. Так створюється мовна гра з яскраво вираженою іронічною тональністю, порівн.:

С 22 на 23 февраля 2014 г. — неустановленные лица нарисовали украинский флаг поверх надписи-посвящения «Советской Армии — освободительнице от благодарного болгарского народа», таким образом полностью закрыв ее, и сделали надпись ниже: «Слава Украине!!! *Капутин*». Одна из фигур красноармейцев на правом барельефе монумента была разукрашена желтой и голубой красками (Из. 2014.02.25).

Наступні приклади моделювання путінського образу засновані на феномені прецедентності з використанням прийому паронимазії. Усім відома казка Ганса Крістіана Андерсена рос. *Гадкий утёнок* (Гидке каченя) про перетворення нікчемного каченяти в прекрасного лебедя. Продемонструймо складний механізм формування цього метафоричного образу. Отже, простежуємо:

(1) поєднання слів рос. *утёнок* і рос. *Путин* на основі паронімічної подібності. Моделюється образна номінація, що слугує назвою пропутінських партійних організацій, порівн.: *Гадкий путенок* (об организациях):

Да, страшным, просто страшным явлением мне кажется появление таких организаций, как «Наши», и других, как они там ещё называются... Я для них давно уже придумал название — «*Гадкий путенок*». Этим ребят растлевают с самой начальной юности, их за сто долларов и оплату проезда до Москвы покупают и обещают ещё что-нибудь, и они,

как собаки, кричат у посольства, жгут книги... Многие из них, я слышал по радио, идут учиться, хотят стать государственными деятелями. Если Путин думает, что из них вырастут приличные люди, он очень ошибается (НВ. 2018.03.18);

(2) унаслідок словотворчості виникла метафора, що слугує для характеристики соратника Путіна Медведєва, якого Путін, як відомо, привів до влади для тимчасової передачі своїх повноважень, певної «рокіровки». Основою метафори слугує вказівка на зовнішній вигляд Медведєва («А он ещё был пухленький такой, довольно забавный»). Відбувається трансформація не тільки слова *утёнок* на *путёнок*, що вже пояснювалося, але й заміна прикметника, що також заґрунтовано на паронімії: *гадкий* — *гладкий*, порівн.: *Гладкий путенок*:

Лучшие обложки были именно с Медведевым. Самая гениальная была, когда Путин ещё решал, кто будет [его преемником] — [Сергей] Иванов или Медведев, а нам надо было делать обложку. И мы приняли решение: ставим Медведева. А он ещё был пухленький такой, довольно забавный. И поставили Медведева с почти детским пухленьким лицом, а Паша Черников придумал заголовок: «*Гладкий путенок*»: И потом четыре года Медведев работал гладким пугёнком. Может, и обиделись, конечно — но откуда мне знать? (М. 2017.01.09);

(3) далі виникає асоціація із засобами для чистки туалетів, за назвою казки Андерсена і зменшено-пестливої іронічної форми слова, утвореної від прізвища Путін — *туалетный путенок*, що використано в назві статті (Д. 2010.10.31). Простежуємо утворення, що має потрібну мотивацію, такий словотвірний ланцюжок: *гадкий утёнок* — *гадкий путёнок* — *туалетный путёнок*.

Прикладами зоометафор, що характеризують Путіна в російськомовному публіцистичному дискурсі, є:

а) *Крысенок*: «Загнавший сам себя в глухой угол *Крысёнок* вынужден будет вместе со своей крысиной стаей идти на прорыв. Обещанный Федеральному собранию технологический прорыв в России может превратиться в военный прорыв, который может случиться уже после президентских выборов в Украине, если президентом будет выбран «неудобный» Путину политик» (НСН. 2019.01.23). Журналісти часто звертають увагу на зовнішню подібність Путіна з рос. *крысой* (укр. пацюком) — цим неприємним, бридким і хижим гризуном, тому й було актуалізовано метафоричний образ: негативну тональність посилює зменшено-зневажливий суфікс, що репрезентує конотацію негативу, до того ж використано велику літеру, яка актуалізує статус власної назви;



б) простежуємо з'яву дисфемізму — складного метафоричного образу, першою частиною якого є зоометафора рос. зверь, поєднана із субстантивним означенням рос. из бездны, а також релігійним образом антихриста — *зверь из бездны и антихрист*: «Опальный уральский старец Сергей (Романов) снова заявил, что президент России Владимир Путин — „зверь из бездны и антихрист“» (КВ. 2020.07.08). Вербалізовано різко негативну оцінку з саркастичною тональністю.

## 6. ВИСНОВКИ

Моделювання мовного образу, вербалізованого портрета Володимира Путіна як найбільш агресивного політика сучасності показує можливість і української, і російської мов для створення системи ономастичних креатем, що утворені від антропонімів на основі актуалізації мовотворчості із застосуванням цілого арсеналу чинних механізмів моделювання мовної гри.

До мотиваційної креативної бази цієї наукової розвідки належить низка екстралінгвістичних чинників, на основі яких з'явилися прізвиська, оказіональні новотвори, метафори й перифрази, евфемізми та дисфемізми як асоціації на прізвище президента Росії. В основу мотивації образу покладені характерні ознаки його політичної діяльності, зовнішній вигляд, факти біографії, розумові характеристики, уподобання. Для моделювання іронічних, жартівливо-гумористичних чи саркастичних смислів актуалізуються різні механізми прийому мовної гри: (1) оказіональні слова, що виникли внаслідок семантичної і словотвірної деривації, (2) графічні засоби (велика літера на місці малої), (3) феномен прецедентності (прізвища відомих політиків, міфічні образи, біблізми, фольклоризми та ін.). Образ Путіна часто моделюється на складному поєднанні комбінацій кількох тропів, їх аплікації — це і метафори, і перифрази, і метонімія, і паронимазія та ін.

І в україномовному, і в російськомовному газетному дискурсі ігрове моделювання антропоніма *Володимир Путін* репрезентовано системою негативних смислів, що створюють іронічну, знижену, презирливу, жартівливу чи саркастичну тональність, а також емоційне забарвлення, що ґрунтується на розмаїтій палітрі емоцій.

Базуючись на сучасних підходах до аналізу явища лінгвокреативності та інноваційності, як видається, доцільно актуалізувати в мовознавстві терміни *креативна ономастика*, *креативна антропонімія*, *антропонім-креатема*; виокремити класи антропонімів-креатем на основі способів їх творення; схарактеризувати групи креативних антропонімів на базі

етимолого-словотвірних та асоціативних ознак; описати розряди антропонімних креатем за функційними особливостями, передусім такими, як сфера вживання, форма, частотність, призначення та ін.; виявити стилістичні особливості, що розкривають аксіологічні, емоційно-експресивні ознаки креативних антропонімів; уточнити екстралінгвальні реалії, що мають безпосереднє відношення до антропонімної креативної ономастики (політизація антропоніма-креатеми, соціальні аспекти антропоніма-креатеми та ін.). Опис комплексу зазначених репрезентованих ознак, міждисциплінарний підхід до вивчення креативної антропоніміки повинні забезпечити репрезентацію сучасного розуміння поступу мови, тенденцій її розвитку.

Очевидно, перспектива цієї наукової розвідки полягає в необхідності (1) продовження розробки теоретико-методологічних питань лінгвокреативної ономастики та (2) систематизації й аналізу в зазначеному ракурсі фактів сучасної дискурсивної практики для беззастережної констатації потреби виокремлення лінгвокреативної ономастики як нового напрямку, що окреслюється в системі самостійних структурних розділів ономастики.

## СКОРОЧЕННЯ НАЗВ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Україномовні джерела:

- Г. — Голос.інфо
- ГУ — Голос України
- ЛБ — Лівий берег
- НТА — Незалежне телевізійне агенство
- ПУ — Патріоти України
- С. — Собор
- Своб. — Свобода
- СП — Слово Просвіти
- УМ — Україна молода
- УП — Українська Правда

Російськомовні джерела:

- Ар. — Арвот-ру (веб-сайт)
- ББЦ — ВВС News Україна (русская версия, веб-сайт)
- Д. — День (интернет версия)
- Из. — Известия (интернет версия)
- ИН — ИноСМИ.RU (Интернет-проект)
- КВ — Информационное агентство красная весна (интернет версия)
- М. — Медуза (веб-сайт)
- НВ — Новые времена The New Times (веб-сайт)
- НСН — Національна служба новин (рускоязычная версия, интернет-версия)
- РМ — Русский Монитор (веб-сайт)
- СС — Совершенно секретно (интернет версия)

## ЛІТЕРАТУРА

- Dobrzyńska, T. (1992). Nazwy własne w użyciach tropicznych. Casus antonomazji [Proper names in tropical uses. The case of antonomasia]. In T. Dobrzyńska (Ред.), *Studia o tropach*. 2 (с. 27–39). Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Kosmeda, T., Zahnitko, A., & Krasnobajewa-Czorna, Ż. (2019). *Delineation of Linguo-personology and Linguoaxiology*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Kosyl, C. (1978). Metaforyczne użycie nazw własnych [Metaphorical use of proper names]. In M. Szymczak (Ред.), *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego* (с. 133–143). Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Rutkowski, M. (2007). *Nazwy własne w strukturze metafory i metonimii* [Proper names in the structure of metaphor and metonymy]. Olsztyn: Wydawnictwo UWM.
- Sériot, P. (1985). *Analyse du discours politique soviétique*. Paris: IMSECO.
- Гридина, Т.А. (Ред.). (2012). *Лингвистика креатива-1* [Linguistics of creativity 1]. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет.
- Гридина, Т.А. (Ред.). (2013). *Лингвистика креатива-2* [Linguistics of creativity 2]. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет.
- Гридина, Т.А. (Ред.). (2014). *Лингвистика креатива-3* [Linguistics of creativity 3]. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет.
- Гридина, Т.А. (Ред.). (2018). *Лингвистика креатива-4* [Linguistics of creativity 4]. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет.
- Хайдеггер, М. (2015). *Бытие и время* [Being and time] (В.В. Бибихина, переклад). Москва: Академический проект. (Оригінальна праця опублікована в 1927 р.).
- Халіман, О. (2019). Метафоризація граматичного значення роду антропонімів як засіб вираження оцінки (на прикладі моделей «хтось (ім. чол. роду) у спідниці / у панчохах / у сукні», «хтось (ім. жін. роду) у штанах») [Metaphorization of the grammatical meaning of the gender anthroponyms as a means of expressing evaluation (on the example of models “someone (named after a person) in a skirt / in stockings / in a dress”, “someone (named after a woman) in pants”)]. *Acta onomastica*, 60(2), 221–232.
- Космеда, Т.А. (2015). Метафора сучасної публіцистики: актуалізація антропонімів (на матеріалі української та російської мов) [Metaphor of modern journalism: actualization of anthroponyms (on the material of Ukrainian and Russian languages)]. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки. Мовознавство*, 3, 116–122. [http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2015/NV\\_2015\\_3/21.pdf](http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2015/NV_2015_3/21.pdf)
- Космеда, Т. (2017). *Лингвокалейдоскоп: процессы живой речи: на материале русского и украинского языков* [Linguokaleidoscope: processes of living speech (on the material of Russian and Ukrainian languages)]. Lambert Academic Publishing.
- Космеда, Т.А., & Халіман, О.В. (2013). *Мовна гра в парадигмі інтерпретативної лінгвістики. Граматика оцінки. Граматична ігра (теоретичне осмислення дискурсивної практики)* [Language game in the paradigm of interpretive linguistics. Grammar of evaluation. Grammatical game (theoretical understanding of discursive practice)]. Дрогобич: Коло.
- Норман, Б.Ю. (2006). *Игра на гранях языка* [Playing on the edges of the language]. Москва: Флинта.
- Стишов, О.А. (2015). Семантичні неологізми в дискурсі українськомовних мас-медіа початку ХХІ століття [Semantic neologisms in the discourse of Ukrainian-language mass media at the beginning of the 21<sup>st</sup> century]. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*, 13, 364–374. <https://doi.org/10.31812/filstud.v13i0.292>
- Толстой, Н.И. (1997). Еще раз о «семантике» имени собственного [Once again on the «semantics» of proper names]. In Н.И. Толстой, *Избранные труды. Т. 1. Славянская лексикология и семасиология* (pp. 395–396). Москва: Языки русской культуры.

## REFERENCES (TRANSLITERATION)

- Dobrzyńska, T. (1992). Nazwy własne w użyciach tropicznych. Casus antonomazji [Proper names in tropical uses. The case of antonomasia]. In T. Dobrzyńska (Ed.), *Studia o tropach*, 2 (pp. 27–39). Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Gridina, T.A. (Ed.). (2012). *Lingvistika kreativa-1* [Linguistics of creativity 1]. Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogičeskij universitet.
- Gridina, T.A. (Ed.). (2013). *Lingvistika kreativa-2* [Linguistics of creativity 2]. Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogičeskij universitet.
- Gridina, T.A. (Ed.). (2014). *Lingvistika kreativa-3* [Linguistics of creativity 3]. Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogičeskij universitet.
- Gridina, T.A. (Ed.). (2018). *Lingvistika kreativa-4* [Linguistics of creativity 4]. Ekaterinburg: Ural'skij gosudarstvennyj pedagogičeskij universitet.
- Heidegger, M. (2015). *Bytie i vremâ* [Being and time] (V.V. Bibihina, Trans.). Moskva: Akademičeskij proekt. (Original'na pracâ opublikovana v 1927 r.).
- Haliman, O. (2019). Metaforizaciâ gramatičnogo značennâ rodu antroponimiv âk zasib viražennâ ocinki (na prikladi modelej «htos' (im. čol. rodu) u spidnici / u pančohah / u sukni», «htos' (im. žin. rodu) u štanah») [Metaphorization of the grammatical meaning of the gender anthroponyms as a means of expressing evaluation (on the example of models “someone (named after a person) in a skirt / in stockings / in a dress”, “someone (named after a woman) in pants”)]. *Acta onomastica*, 60(2), 221–232.
- Kosmeda, T.A. (2015). Metafora sučasnoï publicistiki: aktualizaciâ antroponimiv (na materiali ukraïns'koi ta rosij's'koi mov) [Metaphor of modern journalism: actualization of anthroponyms (on the material of Ukrainian and Russian languages)]. *Naukovij visnik DDPU imeni Ī. Franka. Seriâ «Filologični nauki». Movoznavstvo*, 3, 116–122. [http://ddpu-filovisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2015/NV\\_2015\\_3/21.pdf](http://ddpu-filovisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2015/NV_2015_3/21.pdf)
- Kosmeda, T. (2017). *Lingvokalejdoskop: processy živoj reči: na materiale russkogo i ukraïnsko-žo âzykov* [Linguokaleidoscope: processes of living speech (on the material of Russian and Ukrainian languages)]. Lambert Academic Publishing.
- Kosmeda, T.A., & Haliman, O.V. (2013). *Movna gra v paradigmati interpretativnoï lingvistiki. Gramatika ocinki. Gramatična igra (teoretične osmyslennâ diskursivnoï praktiki)* [Language game in the paradigm of interpretive linguistics. Grammar of evaluation. Grammatical game (theoretical understanding of discursive practice)]. Drohobič: Kolo.
- Kosmeda, T., Zahnitko, A., & Krasnobajewa-Czorna, Ź. (2019). *Delineation of Linguo-personology and Linguoaxiology*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Kosyl, C. (1978). Metaforyczne użycie nazw własnych [Metaphorical use of proper names]. In M. Szymczak (Ed.), *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego* (pp. 133–143). Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Norman, B.Ū. (2006). *Igra na granâh âzyka* [Playing on the edges of the language]. Moskva: Flinta.
- Rutkowski, M. (2007). *Nazwy własne w strukturze metafory i metonimii* [Proper names in the structure of metaphor and metonymy]. Olsztyn: Wydawnictwo UWM.
- Sériot, P. (1985). *Analyse du discours politique soviétique*. Paris: IMSECO.
- Stišov, O.A. (2015). Semantični neologizmi v diskursi ukraïns'komovnih mas-media počatku XXI stolittâ [Semantic neologisms in the discourse of Ukrainian-language mass media at the beginning of the 21<sup>st</sup> century]. *Filologični studii: Naukovij visnik Krivoriz'kogo deržavnogo pedagogičnogo universitetu*, 13, 364–374. <https://doi.org/10.31812/filstd.v13i0.292>
- Tolstoj, N.I. (1997). Eše raz o «semantike» imeni sobstvennogo [Once again on the „semantics” of proper names] In N.I. Tolstoj, *Izbrannye trudy. T. 1. Slavânskaâ leksikologiâ i semasiologiâ* (pp. 395–396). Moskva: Âzyki russkoj kul'tury.

## SUMMARY

LINGUO-CREATIVE ONOMASTICS: THE MEDIA IMAGE OF  
VLADIMIR PUTIN IN UKRAINIAN AND RUSSIAN DISCOURSE

The development of free, creative, improvised, anti-totalitarian speech, social and psycholinguistic factors have all contributed to the transformation of language consciousness and the realization of the game potential of speech, the analysis of which led to the formation of creative linguistics. The language game is realized due to the actualization of manipulations with units of all levels of the language system. Different categories of onyms are also involved in the language game, this fact is motivated by the special pragmatic nature of their meaning. The study of creative speech represents an innovative approach to the description of the language which, although it has its traditional, partially developed methodology, is characterized by the uniqueness of expression in the system of anthroponyms. We state the emergence of creative onomastics as an independent linguistic direction, the unit of which is the anthroponym-createme. The language game with anthroponyms is clearly manifested in the discourse of the modern media. The purpose of this research is to represent the ways in which anthroponymic createmes function in modern Ukrainian and Russian journalistic discourse. Examples of manipulating the name of Russian President Vladimir Putin and modelling his media image are described. This anthroponym-createme became the stimulus for the creation of original connotations, semantic and word-forming derivation, pragmatic meanings, demonstrating the vector of its functional load. It has been proved that active methods of modelling a language game involving anthroponyms are (1) metaphorization and metonymization, (2) euphemism, (3) dysphemization, (4) crealized derivation, including graphic, (5) paraphrasing, (6) paronomasia, (7) actualization of several associative features, (8) realization of the phenomenon of precedent (manipulation of mythonyms, biblicals, folklore and other types of onyms), (9) collision of antonymous or (10) homonymous meanings. There is a combination of the above mechanisms of the creation of linguocreatemes: complex combinations of several methods in different variations. Generated occasional meanings create a diverse palette of speech tones (ironic, low, contemptuous, humorous, sarcastic, etc.), stipulating a range of emotions and feelings, representing axiological meanings with varying degrees of expression.

Keywords: linguistics of creativity, creative onomastics, anthroponym-createme, language game, media image