

Лиляна Цонева

ИМЕНА И ЛЮДИ
Ключевые имена в медиадискурсе



Монография



Рецензенты:

Ольга Николаевна КОНДРАТЬЕВА
доктор филологических наук, профессор
(Кемеровский государственный университет)

Василий Иванович СУПРУН
доктор филологических наук, профессор
(Волгоградский государственный
социально-педагогический университет)

Л. Цонева.

Имена и люди.

Ключевые имена в медиадискурсе. Монография.
Велико-Търново, 2017. – 196 с.

В монографии рассматриваются особенности ключевых имен – имен людей, находящихся в центре общественного внимания, в первую очередь, имен политиков.

Источником исследования являются российские печатные СМИ последних лет.

Предназначается специалистам в области политической и медиалингвистики, а также всем, кто интересуется жизнью современного русского языка.

Книга издана в авторской редакции.

© Лиляна Цонева, автор, 2017

© Издательство „ИВИС“, Велико Търново, 2017

гр. Велико Търново, ул. „Т. Търновски“ №25, вх. Е

ISBN 978-619-205-069-6

Лиляна ЦОНЕВА

ИМЕНА И ЛЮДИ

Ключевые имена в медиадискурсе

Монография



Издательство “ИВИС”,
Велико-Тырново, 2017

*Книга посвящается Елене и Невене —
ключевым именам моей жизни*

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	7
Глава первая.	
КЛЮЧЕВЫЕ ИМЕНА В МЕДИАДИСКУРСЕ	11
1.1. Ключевые слова	11
1.2. Ключевые имена	14
1.3. Имя как составляющая образа политика	20
1.3.1. Способы номинации политических субъектов	24
1.3.2. Средства вторичной номинации	30
1.3.2.1. Инициальные аббревиатуры	31
1.3.2.2. Прозвища	32
1.3.2.3. Перифразы	40
Глава вторая.	
ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЗНАКИ КЛЮЧЕВЫХ ИМЕН	45
2.1. Частотность ключевых имен	48
2.2. Частотность ключевых имен в заглавии	52
2.3. Текстогенность ключевых имен	54
2.4. Производность ключевых имен	70
2.5. Онимичность ключевых имен	79
Глава третья.	
Ключевые имена в языковой игре	89
3.1. Языковая игра	89
3.1.1. Антропонимы в языковой игре	98
3.2. Графическая игра с ключевыми именами	107
3.3. Ключевые имена в окказиональном словообразовании	112
3.4. Прецедентные тексты с ключевыми именами	134
3.5. Фразеологизмы с ключевыми именами	150
3.6. Каламбуры с ключевыми именами	161
Заключение	181
Литература	183

ВВЕДЕНИЕ

Предмет данного исследования – особенности функционирования собственных имен (антропонимов) в современном российском медиадискурсе.

В центре нашего внимания находятся слова, определяемые как ключевые слова времени – единицы, которые отображают общественно значимые понятия и, благодаря своей актуальной семантике, становятся сигналами времени, источником информации о жизни общества.

Среди ключевых слов важное место занимают ключевые имена – имена актуальных для общества субъектов, в первую очередь – актуальных политических субъектов.

Выбор объекта исследования связан в первую очередь с актуальностью изучения сложного феномена собственного имени, источника богатой информации (культурной, этнокультурной, эстетической) о референте (или номинанте) – носителе имени. Имена собственные образуют уникальную подсистему с особыми системообразующими механизмами, а также закономерностями развития и функционирования (В.И. Супрун).

Кроме того, следует отметить, что при изучении ключевых слов внимание направлено прежде всего на апеллятивную лексику, несмотря на то, что ключевые имена отличаются невероятно интересной жизнью в различных речевых ситуациях.

Выбор темы исследования обусловлен также актуальностью изучения различных сторон медиадискурса.

Медиадискурс выделяется в рамках политического дискурса, к основным качествам которого можно отнести экспрессивность, яркость, близкую к карнавальности, раскрепощенность, близкую к грубости (А.П. Чудинов).

Медиадискурс – сложная сущность, являющаяся предметом активного изучения в различных научных направлениях, которые обращаются к различным его особенностям, в том числе невербальным, играющим все более важную роль в нашу „компьютерную эпоху”.

Среди многочисленных определений медиадискурса отметим данное Т.Г. Добросклонской, которая трактует его как совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации, как сложное, взаимосвязанное и многоаспектное явление, касающееся различных сторон лингвистической и внеязыковой действительности (Т.Г. Добросклонская).

В монографии дополняются или переосмысляются некоторые аспекты рассматриваемой темы, которые уже были предметом нашего внимания в работах, посвященных особенностям функционирования имен русских, болгарских и зарубежных политиков в российских и болгарских СМИ [Цонева 2007, 2009, 2010, 2011, 2013, 2015].

Анализ ключевых имен в монографии включает в основном анализ их языковых признаков, проявляющихся в медиатексте – их частотность, текстогенность, производность, онимичность, участие в языковой игре.

Все они позволяют понять особенности функционирования имени как важной составляющей образа политика. Особый интерес в этом плане представляют различные способы номинации, в том числе вторичные (прозвища, перифразы), которые используются для иронизации, десакрализации политических субъектов, в том числе ведущих политиков.

В этом проявляются особенности медиадискурса как важного канала манипулятивного воздействия. Он формулирует и объясняет политическую ситуацию, продвигает политические фигуры, но и внушает определенные оценки их действий, используя различные языковые и неязыковые средства.

Исследование базируется на авторской картотеке, содержащей примеры употребления собственных имен в текстах, опубликованных в начале XXI-ого века. Привлечение материала из новейших текстов 2016–2017 гг., ранее не подвергавшихся анализу в наших работах, позволяет увидеть устойчивые и новые особенности употребления ключевых имен, отражающие различные факторы – не только актуальную общественно-политическую и экономическую ситуацию, расстановку политических сил в определенный период, изменения в восприятии политических субъектов и т. д., но и новые особенности игрового отражения актуального содержания в современных СМИ, в том числе особенности обыгрывания ключевых имен.

В качестве примера к сказанному можно привести новое для русского языка ключевое имя – *Трамп*. Оно демонстрирует очень интересные особенности, например, активизацию деривационного потенциала, активную онимичность, активность в качестве объекта игры и т. д. В этом, разумеется, можно видеть влияние экстралингвистических факторов разного характера – актуальность Д. Трампа на мировой политической сцене, злободневность СМИ, их интерес к новому, неопознанному и т. д. С другой стороны, следует учитывать и лингвистический облик самой фамилии *Трамп*, „удобной”, благодаря своей краткости и звучности, для включения в языковую игру.

Источником наших наблюдений являются медиатексты из российских печатных СМИ. Выбор медиатекстов, многомерных лингвистических и социокультурных явлений, в качестве источника исследования не случаен. Как известно, медиатексты считаются феноменом информационной культуры, и именно они в наши дни составляют ядро современной русской культуры.

Анализируемые в работе примеры эксцерпированы из газет (в основном – из их электронных версий) разной политической направленности, прежде всего центральных – “Московский комсомолец”, „Аргументы и факты”, “Труд”, “Российская газета”, „Независимая газета”, „Новая газета” и др., а также из

общественно-политических и деловых журналов – “Огонек”, “Итоги”, “Новое время”, “Власть”, “Деньги”, “Профиль” и др.

Часть перечисленных изданий можно отнести (при всей размытости этого определения) к качественной прессе, для которой характерно преобладание „серьезных” аналитических жанров, взвешенность оценок, ориентация на интеллигентного читателя, читателя-эрудита, который в состоянии осмыслить и оценить особенности текста, например, проявления языковой игры.

В некоторых случаях проводятся параллели с функционированием ключевых имен в болгарском медиадискурсе, а также даются примеры из медиатекстов, опубликованных в болгарских печатных СМИ.

Затронутые в работе вопросы являются частью большой темы о собственных именах в медиадискурсе, к которой относится ряд очень интересных частных вопросов: особенности использования имен политиков и “неполитиков” – своих и зарубежных; использование имен политиков в национальном и в зарубежном медиадискурсе (в том числе в медиадискурсе стран постсоветского пространства и стран с иным политическим развитием), в официозных и в оппозиционных СМИ. К решению этих вопросов можно подойти в более масштабных исследованиях сопоставительного характера, анализирующих материал из разных языков.

* * *

Автор выражает свою искреннюю благодарность уважаемым рецензентам – профессору О.Н. Кондратьевой и профессору В.И. Супруну, а также друзьям и коллегам в Болгарии и России за поддержку при написании этой книги.

КЛЮЧЕВЫЕ ИМЕНА В МЕДИАДИСКУРСЕ



1.1. Ключевые слова

Важный аспект современных лингвистических исследований – изучение слов, называющих самые актуальные для современного общества понятия и находящиеся благодаря этому в фокусе общественного внимания.

Проблема активного пополнения «словаря времени», как подчеркивается в работе А. Мустайоки, Х. Вальтера и И.Т. Вепревой, – одна из самых обсуждаемых в лингвистике [Мустайоки 2016: 121]. Актуализация таких слов – следствие активизации реалий объективной действительности в социальном сознании, поэтому актуальные слова „являются своеобразной хроникой общества, сигналами социального времени, источником информации о его политической, экономической и культурной жизни” [Мустайоки 2016: 123].

Для обозначения таких слов используются различные термины – коммуникативно важные слова, актуальные слова, слова-шлягеры, слова-свидетели, лексические доминанты, хронофакты, ключевые слова, ключевые слова текущего момента и т. д.

Л.П. Крысин, например, говорит о коммуникативно важных словах (среди которых много иноязычных слов), попадающих в зону социального внимания, составляющих “обойму слов”, которая является приметой времени [Крысин 1996: 154].

Приведем в связи с этим пример из текста, посвященного смерти Б. Ельцина, в котором перечисляются слова, ставшие

ключевыми для определенного отрезка времени – “эпохи Ельцина”: „... имя *Ельцина* прочно ассоциируется с малоприятными словами: *ваучер, залоговый аукцион, олигарх, дефолт, Чечня, наконец.*” (Труд 15.3.2007)

Т.В. Шмелева вводит термин „ключевые слова текущего момента”. Этим термином, воспринятым многими авторами, она определяет слова, которые называют значимые, актуальные для всех понятия; находясь в центре общественного сознания, они активно используются в научных и научно-популярных текстах, в устной разговорной речи, в публицистике [Шмелева 1993: 33].

По мнению Т.В. Шмелевой, «каждый “текущий момент” выдвигает в центр общественного сознания фрагмент словаря, заключающий в себе понятия наиболее значимые, обсуждаемые повсеместно» [Шмелева 1993: 34].

И.В. Крюкова, говоря о словах-хронофактах, разграничивает ключевые слова текущего момента от ключевых слов эпохи – слов, сохраняющих свою частотность в течение длительного времени (год и более) [Крюкова 2008: 180].

Ключевые слова эпохи, как подчеркивает И.Ю. Шачкова, играют роль ценностных доминант; при этом они могут выражать противоположные оценки, что связано с их идеологическим и манипулятивным потенциалом. Они определенным образом «этикетировать» время, т. е. свидетельствуют о самых актуальных событиях и явлениях эпохи, находящихся в центре общественной дискуссии [Шачкова 2008].

Изучая ключевые слова эпохи (периода правления Т. Блэра в Англии), И.Ю. Шачкова выявляет важные особенности этих единиц: они отражают наиболее актуальные события и явления, находящиеся в центре общественной дискуссии; выступают в роли ценностных доминант эпохи, которые определяют ее лингвистический облик и образуют ее определенный тип; характеризуются противоречивостью выражаемых ими оценок;

обладают манипулятивным потенциалом в конструировании специфической картины эпохи [Шачкова 2008].

В данной работе будем придерживаться термина ключевые слова. **Ключевые слова** (КС) – это „такие единицы, которые в определенный отрезок времени приобретают важное значение, отображая общественно значимые понятия, и благодаря своей актуальной семантике становятся сигналами социального времени, источником информации о политической, экономической и культурной жизни общества.” [Михайлова 2015: 252].

Исходя из реалий 90-ых гг. XX в., Т.В. Шмелева выделяет пять основных групп ключевых слов текущего момента – „Время”, „Общество”, „Субъекты”, „Право”, „Рынок”. Среди них важное место занимает группа „Субъекты”, которая, вместе с группами „Время” и „Общество”, относится к так наз. “вечным”: “...поскольку общество всегда с интересом обсуждает время, в котором оно живет, главных действующих лиц на политической сцене, факты социальной жизни – состояние общества, отношение человека и власти, сферы деятельности субъектов.” [Шмелева 1993: 39].

Наше внимание направлено на КС, относящиеся к группе, обозначенной Т.В. Шмелевой как “Субъекты”, более конкретно – на собственные имена людей (антропонимы), которые, на наш взгляд, можно определить как ключевые имена.

Термин ключевые имена уже применялся нами для обозначения онимов, ставших „знаками времени”, в работе „Ключевые имена времени в публицистическом стиле” [Цонева 2007], а также в других наших работах.

Отметим, что собственные имена среди КС выделяют и другие авторы, определяя их по-разному. И.А. Нефляшева, например, предлагает термин «ключевой оним текущего момента», по аналогии с термином «ключевые слова текущего момента» Т.В. Шмелевой [Нефляшева 2008].

По мнению И.В. Крюковой, „...при наличии определенных условий (масштаб события и его экономическое, полити-

ческое или социальное значение для носителей русской лингвокультуры) имена-хронофакты из ключевых слов текущего момента могут перейти в разряд ключевых слов эпохи и сохраняться в когнитивной базе носителей языка в течение десятилетий.” [Крюкова 2008: 184].

Собственные имена занимают важное место в кругу КС и по мнению Е.А. Земской – анализируя КС, она выделяет среди них как нарицательные слова, так и высокочастотные имена собственные [Земская 1996:92].

Специально рассматриваются имена общественно значимых или актуальных лиц и у К. Стоянова в работе, посвященной общественным переменам в Болгарии и их отражению в языке газет [Стоянов 1999: 225-226].

В то же время следует отметить, что собственные имена в кругу КС реже, чем апеллятивы, являются объектом исследования. Об этом говорит, например, Т.В. Федотова, которая подчеркивает, что при анализе ключевых слов текущего момента внимание направлено в основном на апеллятивную лексику, а имена собственные рассматриваются редко и без анализа их трансформаций [Федотова 2015: 40].

1.2. Ключевые имена

Ключевые имена (КИ) – это имена людей, находящиеся в центре общественного внимания, имена “героев нашего времени”.

КИ, как и КС вообще, „создают своеобразный портрет эпохи, способствуя удовлетворению потребности публицистической речи в выражении социальной оценки явлений и понятий общественной жизни”; их активность тесно связана с социальными переменами, они выполняют „роль ключа для целой группы связанных с ними идей и представлений” [Федотова 2015: 39].

Важнейшими признаками КИ можно считать признаки, выделяемые многими авторами как характерные для КС в целом – это их высокая частотность употребления, прежде всего в заголовках, активность в качестве базы для создания производных слов, языковая рефлексия и т. д.

В то же время, разумеется, нужно отметить и признаки специфические, характерные именно для КИ. Такие признаки КИ и прежде всего имен политических субъектов в современном медиадискурсе уже рассматривались нами [Цонева 2007].

Важно обратить внимание на то, что к КИ в разное время относятся разные единицы. Это связано с тем, что имена людей могут быть актуальными для общества в рамках определенного, иногда достаточно короткого периода (например, в ситуации выборов, в ситуации экономического кризиса и т. д.). Это, разумеется, в большей степени актуально для имен политиков, поскольку многие из них играют важную роль на политической сцене в рамках определенного, иногда небольшого отрезка времени.

В связи с этим приходится отметить и тот факт, что сама «жизнь» политиков в памяти людей нередко бывает очень короткой.

Даже высокочастотные онимы, как подчеркивает В.И. Супрун, забываются, уходят в состав историзмов: „Забылись фамилии *Гусака, Хоннекера, Кадара, Живкова, Ярузельского* и других лидеров восточноевропейских стран последних лет социализма, как и постепенно уходят в прошлое антропонимы *Валенса, Гавел* и другие, казалось бы, навечно вписавших себя в историю как могильщиков социалистического строя.» [Супрун 2006: 92].

Ср. также о российских политиках: *Этих политических сдует ветром истории. Где Рыбкин? Только не отвечайте на вопрос вопросом, не спрашивайте: кто это такой. Где Грызлов? Попробуйте вспомнить имена всех председателей*

Государственной думы. Ей нет и 20 лет. Председатель ГД считается Вторым Лицом в стране. Сколько их было? Что от них осталось? <...> **Где вы, великие? Где вы, вершители судеб? Где генеральные прокуроры?** <...> Где министры обороны? Где знаменитые реформаторы? Где, например, **Чубайс?** Молчит в тряпочку. А ведь не слезал с экранов, толкал речи, обещал «Волги» за ваучеры, провёл залоговые аукционы, распилил РАО ЕЭС (электроэнергетику России), обещая, что электричество подешевеет; вместе с **Немцовым, Хакамадой, Гайдаром** и др. вёл на выборы свою партию под лозунгом: **ПУТИНА — В ПРЕЗИДЕНТЫ! СПС — В ДУМУ!** (МК 22.3.2013)

В то же время многие КИ остаются в фокусе общественного внимания довольно долгое время.

Среди политиков, и не только среди российских, есть „долгожители” – люди, которые занимают определенные ключевые должности в течение многих лет. Более того, иногда можно говорить, что возглавляемая структура ассоциируется с именем одного человека, а должность становится продолжением его имени: *Примером сращивания фамилии и должности в свое время были «мэрмосквынорийлужков» или «главататарстанаминтимершаймиев».* Рано или поздно функционер теряет должность, однако после этого встает вопрос, что делать со структурой после ухода бессменного руководителя: искать такого же прочного человека или менять функционал. (Власть 27.5.2017)

К политическим долгожителям обычно относят В. Путин. Более того, его пребывание на посту президента нередко является предметом критики или иронизирования, как правило, в изданиях оппозиционной направленности. Ср. перифразу, подчеркивающую именно этот факт: *Политический опыт кремлевского долгожителя изучил The New Times* (НВ 6.2.2012)

Ветераном российской политической жизни является и лидер ЛДПР В. Жириновский, несмотря на все его скандальные

выходки и высказывания: *С годами Жириновский стал несомненно мягче и теперь больше на словах учит своих молодых однопартийцев завоевывать свое место на политическом олимпе. Однако никто не сможет наверняка утверждать, каких еще оригинальных выходов «от Жириновского» нам всем следует ожидать в будущем. И бесспорно, что звезда яркого политика и фрондера Жириновского все еще находится в самом зените информационного небосклона.* (Нез. газета 7.3.2017)

Обращаясь к „списку” общественно актуальных или значимых лиц, имена которых частотны на страницах печатных СМИ, подчеркнем, что многообразие имен является свидетельством широты охвата социальной жизни и разнообразия тематических кругов – знаков демократизации современной публицистики [Стоянов 1999:204].

Центральное место среди КИ наших дней занимают имена основных действующих лиц на политической сцене в настоящее время.

Разумеется, для современного российского медиадискурса актуальны прежде всего имена „своих” политиков – президента, премьер-министра, членов правительства, лидеров политических партий и т. д. (*В. Путин, Д. Медведев, В. Матвиенко, С. Шойгу, В. Жириновский, Г. Зюганов, С. Собянин, С. Лавров, М. Захарова, Д. Песков* и др.).

Отметим в связи с этим хорошо известный факт, что люди, наделенные властью, всегда находятся в центре внимания и всегда активно являются предметом оценки.

В фокусе общественного внимания находятся и лидеры и активисты оппозиционных партий (*М. Ходорковский, А. Навальный, Г. Каспаров* и др.).

В российских СМИ довольно регулярно появляются тексты о чиновниках регионального масштаба, например, о губернаторах (*С. Собянин, С. Аксенов, А. Тулеев* и др.).

КИ можно считать и имена крупных российских бизнесменов (*Р. Абрамович, О. Дерипаска, М. Прохоров, И. Сечин, В. Потанин, М. Фридман* и др.), играющих важную роль в жизни российского общества.

Имена многих зарубежных политиков можно определить как особо актуальные для медиадискурса России (*А. Меркель, Д. Трамп, Э. Макрон, Р. Эрдоган, Б. Асад* и др.).

Специально отметим новое КИ *Трамп*, которое демонстрирует, причем весьма интересно, типичные для КС черты.

Довольно часто в российских СМИ появляются и имена некоторых важных политических субъектов из стран «постсоветского пространства». Такие политики, как А. Лукашенко, П. Порошенко, Ю. Тимошенко, М. Саакашвили и др., вполне закономерно оказываются в центре внимания СМИ и общества.

Особого внимания российских СМИ удостоиваются П. Порошенко и А. Лукашенко, и это вполне объяснимо ввиду многолетних активных, хотя и непростых в наши дни, политических и экономических отношений России с Украиной и Белоруссией.

Российские и зарубежные деятели культуры и спорта (*Н. Михалков, А. Макаревич, Ю. Шевчук, И. Кобзон, Э. Кустурица, Ж. Депардьё, В. Мутко* и др.) могут находиться в центре общественного внимания благодаря своей работе, а также благодаря тому, что они нередко определенным образом связаны с политическими событиями и субъектами.

Так, в тексте *Известные артисты разошлись по политическим лагерям* говорится о политических пристрастиях деятелей культуры – Н. Михалкова, К. Шахназарова, А. Сокурова и др.: *В последнее время российское культурное пространство резко политизировалось. Газеты и интернет-порталы все чаще пишут не о фильмах, спектаклях и режиссерских находках, а о скандалах в сфере искусства, имеющих идеологическую подоплеку, и громких политических заявлениях деятелей культуры.* (МК 20.7.2017)

Самый яркий пример здесь, на наш взгляд, – актер Ж. Депардье, чья актуальность для российских СМИ связана прежде всего с фактом получения им в 2013 г. российского гражданства, о чем говорится далее в работе.

Отметим также, что некоторые политические субъекты завоевали себе славу “антигероев”, что связано, например, с крупными политическими или коррупционными скандалами (Э. Лимонов, Г. Каспаров, Б. Березовский, А. Сердюков, А. Улюкаев и др.).

Ср. пример из текста о писателе и политике Э. Лимонове: *Но в современной России **Лимонов** – антигерой нашего времени. Человек, всей своей жизнью демонстрирующий нежелание быть «таким, как все», просто обязан диссонировать с обществом, в котором приспособляемость – лучшее из качеств. Назло всем Лимонов остается инаковой одиночкой. В 2000-е, когда либералы с надеждой смотрели на Путина, Лимонов был его главным ненавистником. Сегодня, когда тренд сменился, Лимонов стал главным обличителем оппозиции. И остается одним из немногих примеров следования своим собственным взглядам.* (МК 22.2.2013)

Особый интерес как для СМИ, так и для общества, представляют и политические субъекты с неприличным или эпатажным поведением. Имена важных субъектов – В. Жириновского, М. Саакашвили, Д. Буша, Д. Трампа и многих других – занимают важное место в СМИ именно благодаря „нестандартным” или скандальным выходкам, нецензурным высказываниям и т. п.

Имена российских и зарубежных политиков прошлого, в том числе недалекого прошлого (Н. Хрущев, Л. Брежнев, М. Горбачев, Б. Ельцин, В. Черномырдин, И. Хакамада, Б. Березовский, Б. Немцов, Е. Гайдар; С. Хусейн, Д. Буш, М. Тэтчер, Б. Обама, Ф. Олланд и др.), хотя и менее актуальные в последние годы, являются предметом внимания современных СМИ, а также предметом внимания далее в работе.

Отметим также, что КИ могут быть и другие онимы, которые заслуживают внимания, например, некоторые топонимы, которые, обладая всеми особенностями КС вообще, имеют свои специфические особенности. К КИ можно отнести топонимы *Хиросима, Чернобыль, Беслан, Крым, Болотная* и т. п., ставшие актуальными для общества в связи с важными событиями, произошедшими в них.

1.3. Имя как составляющая образа политика

Образ политика, который является темой многих научных работ, чаще всего понимается как социально-психологический феномен, включающий различные качества личности, которые проявляются в его работе и (в меньшей степени) в его частной жизни.

Как подчеркивает Е.Г. Беляевская, образ политического деятеля формируется на основании дискурса самого политика (его официальных и неофициальных выступлений), материалов СМИ, которые описывают деятельность политика, оценивают принимаемые им решения и обсуждают перспективы развития событий, а также биографических и политологических материалов, анализирующих деятельность политика [Беляевская 2012: 21].

Учитывая, однако, место и роль СМИ в современном обществе, можно утверждать, что именно СМИ создают, моделируют образ политика – СМИ в наше время являются основным инструментом, который не просто информирует, но и направляют восприятие и интерпретацию политических субъектов, в том числе политических лидеров как основных действующих лиц на политической сцене.

Так что образ политика корректнее определить как медиаобраз, “экранный образ”, нередко довольно далекий от реального, что обусловлено рядом факторов и причин, которые требуют отдельного анализа.

Медиаобраз содержит невербальные и вербальные составляющие, направленные на формирование оценки образа политика в сознании адресата. В качестве субъекта оценки выступает автор медиатекста со своими идеологическими взглядами, креативными способностями и т. д.

К невербальным средствам создания образа политика относятся фотографии, карикатуры, различные средства параграфематики, используемые в текстах, посвященных политическим субъектам, и т. д. Их описание – тема отдельного исследования.

Среди вербальных составляющих образа политика специально следует отметить особенности его речи, высказываний в различных ситуациях, во многом формирующие восприятие личности политика обществом.

Языковая личность политика (по-другому – речевой портрет, вербальный имидж, идиостиль), в том числе ее конкретные элементы – метафоры, фразеология, ненормативная лексика и т. д. – тема серьезных исследований представителей различных научных дисциплин [Кондратьева 2010; Беляевская 2012; Вагенляйтнер 2014 и др.].

Специфика проявлений профессиональной языковой личности – предмет лингвополитической персонологии, одного из наиболее перспективных направлений современной политической лингвистики. Особого внимания здесь заслуживает работа М.В. Никифоровой, представляющая историю формирования этого направления, современное состояние и важнейшие темы, являющиеся предметом изучения многих авторов [Никифорова 2016].

Доказательством важности речевого образа политика, а также интереса к нему, можно считать и регулярно появляющиеся в СМИ и интернете списки ярких высказываний политических субъектов, „перлов”, „путинизмов”, „бушизмов”, „трампизмов” и т. д. Многие из них пополняют фонд прецедентных

текстов, часто воспроизводимых в других текстах и закрепляемых таким образом в языковом сознании говорящих.

И если для формирования образа политика всегда важно то, что и как он говорит, не менее важно и то, что и как говорят о нем.

Медиаобраз политика тесно связан с категорией оценки.

В печатных СМИ, которые являются предметом нашего анализа, важную роль играют языковые средства выражения оценки, очень разнообразные и трудно поддающиеся описанию.

Т.Г. Добросклонская, анализируя языковые средства выражения оценки, выделяет в качестве важнейших слова и словосочетания с оценочным значением, сравнения, метафоры и другие стилистические приемы, особое синтаксическое построение и т. д. [Добросклонская 2008: 202].

Оценочная лексика – один из важнейших компонентов выражения авторской позиции, точки зрения, причем оценка – это выражение одобрения, намного чаще – неодобрения личности политика.

Это позволяет создавать в целом негативный образ политических субъектов, дискредитировать их и четко противопоставлять их народу, о чем будет сказано более подробно далее в работе.

Очень важную роль в создании образа политиков играют и их имена. Имена политиков, как подчеркивается в исследовании А.А. Романова, Е.Г. Романовой и Н.Ю. Воеводкина “Имя собственное в политике: язык власти и власть языка” – это важнейшие ориентационные знаки политического дискурса, знаки с необычайной информативной емкостью [Романов 2000:22].

Авторы исследования подчеркивают, что „...имя собственное, вплетенное в прагматический контекст его использования, является своеобразным „сигналом личности” (термин Макса Люшера), способным формировать имидж носителя этого имени или номинанта как добрую, активную, симпа-

тичную, бесконфликтную, деятельную личность. Точно так же оно способно участвовать в формировании прямо противоположного образа номинанта этого имени собственного.” [Романов 2000: 80].

Вполне обоснованно авторы ищут ответ на интересный вопрос: „Каков же механизм действия имени собственного, который способен и возвышать его номинанта и, наоборот, делать его носителя совершенно никчемным человеком?” [Романов 2000: 80].

В свете сказанного приходится подчеркнуть необходимость в анализе имен политических субъектов, в том числе вторичных средств номинации, заменяющих реальные имена и формирующих, как правило, негативный образ референта. Например, перифразы и прозвища, подчеркивающие негативные черты личности, во многом формируют образ Ю. Тимошенко [Кондратьева 2010], Б. Березовского [Цонева 2013], Д. Трампа [Ненашева 2016] и т. д.

К ярким средствам формирования образа политика можно отнести языковую игру. Языковая игра и прежде всего игра с КИ особенно востребована в СМИ наших дней как средство иронизации, дискредитации политических субъектов, в том числе ведущих.

Как отмечает Е.В. Какорина, игра с именами первых лиц в государстве отличает современную публицистику от публицистики прошлого – именно эти номинации там максимально регламентированы, в них не допускаются отклонения индивидуально-авторского характера и возможна только превосходная степень признака [Какорина 1996:176].

Подобная “десакрализация” антропонимических знаков, по мнению И.Э. Ратниковой, – показатель разрушения старых социальных мифов и создания новых [Ратникова 2003: 38].

1.3.1. Способы номинации политических субъектов

Специального внимания требуют разнообразные способы номинации политических и других важных субъектов в российских СМИ.

Как известно, **русская именная формула** имеет свои особенности, отличные от именных формул в других языках, в том числе славянских. К этим особенностям относятся компоненты формулы, их последовательность, отношения между ними и т. д. [см. об этом: Васильева 2009].

О русских антропонимах В.И. Супрун пишет следующее: «Русская антропонимическая система располагает присущей только ей *трехкомпонентной структурой*, являющейся этнолингвистическим (культурно-историческим) феноменом русского национального языка.» [Супрун 2000: 8].

Трехкомпонентная русская именная формула „*имя + отчество + фамилия*” (а также с инициалами), обязательная в публицистике времен тоталитаризма, сегодня встречается довольно редко. Например: *А вот Михаил Сергеевич Горбачев не пытался осенью 1986 года играть роль «добротного копа».* (МК 31.7.2017)

Редко встречается формула „*имя + отчество*”. Например: *Но вот «борьбу с американским империализмом» летом 2017 года Владимир Владимирович ведет именно по методике Михаила Сергеевича.* (МК 31.7.2017)

Самой частотной в современных СМИ является сравнительно новая в русском официальном дискурсе формула „*имя + фамилия*”: *Президент Абхазии встретился с Владимиром Путиным* (МК 13.3.2013); *Министр обороны РФ, генерал армии Сергей Шойгу потребовал изменить порядок финансирования ремонта кораблей и подводных лодок* (МК 27.3.2013)

Двучленная формула является общепринятой и самой частотной во многих современных языках. Ср. в болгарском: *До-*

налд Тръмп говори по телефона с Владимир Путин (24 часа 28.1.2017); сербском: *Руски председник Владимир Путин изјавио је вечерас да председник Сирије Башар ел Асад није користио хемијско оружје против свог народа*. (Политика 3.6. 2017); французском: *Mikhaïl Gorbatchev a pressé Vladimir Poutine et Donald Trump de stopper la “nouvelle course à l’armement”, dans une tribune publiée aujourd’hui par Time Magazine*. (Figaro 27.1.2017) и т. д.

А. Шмелев относит к изменениям в русском речевом этикете и „распространившийся обычай называть российских политических лидеров «на западный лад», при помощи имени в сочетании с фамилией (т. е. без отчества: Борис Ельцин, Анатолий Чубайс, Геннадий Зюганов)”, объясняя его в первую очередь не западным влиянием, а тем, что газетная и телевизионная речь стала менее формальной [Шмелев 2005].

Об утрате отчества при именовании политиков говорится в работе О.А. Полюшкевич: „Мы вышли из поколения «Владимира Ильича» и «Леонида Ильича» и пришли к «Дмитрию Медведеву» и «Владимиру Путину».” [Полюшкевич 2012: 84].

По ее мнению, отказ от отчества, в том числе от отчества В. Путина, – это переход к западным традициям общения, выбор новой политической ментальности, в корне отличающейся от советской и тем более от дореволюционной. Кроме того, это и знак „утраты энергетической, психологической, культурной поддержки со стороны предков, в виде упоминания имени отца.” [Полюшкевич 2012: 86].

Очень часто российские, а нередко и зарубежные политики, представлены только фамилией – самым информативным и самым „узнаваемым” компонентом именной формулы.

Нужно сказать, что номинация при помощи только фамилии господствует в последние годы в текстах разных жанров, причем не только в их важнейшем компоненте – заглавии (в котором, конечно, следует учитывать и жесткие требования

объема), но и в самом тексте: *Собянину предложили упразднить префектуры и управы* (МК 1.4.2013); *Зачем Лавров и Шойгу летали в Египет?* (АФ 30.5.2017); *Лавров передал вдове Чуркина орден Мужества* (МК 24.2.2017)

Наши наблюдения в определенной степени подтверждаются в работе О.А. Полюшкевич, которая отмечает, что контент-анализ российской прессы с 1984 по 2011 гг. на предмет упоминания имен политиков показал, что наиболее частое упоминание приходится на имя и фамилию, второе место занимает упоминание одной фамилии и третье место – полное упоминание фамилии, имени, отчества [Полюшкевич 2012: 86].

Использование только фамилии для номинации политиков, на наш взгляд, часто следует считать не совсем корректным из-за наличия оттенка пренебрежения, неуважения, тем более по отношению к официальным политическим субъектам: *Некоторое время назад у меня состоялся душевный разговор с одним из самых близких к Путину людей* (МК 3.3.2013); *Лавров отметил, что российская сторона получила предупреждение об ударе по правительственным силам.* (АФ 19.5.2017)

Оттенок пренебрежения, неуважения ослаблен в тех случаях, когда рядом с фамилиями, обычно в препозиции, даются апеллятивные **идентификаторы** (в другой терминологии – слова-сопроводители).

Невозможно не отметить разнообразие идентификаторов (чаще всего препозитивных), указывающих на должность, профессию, социальный статус и т. д., исключительно активных в российских печатных СМИ (о типах и функциях идентификаторов см.: [Васильева 2009: 34–77])

Например: *Спикер Государственной Думы РФ, председатель высшего совета партии власти Борис Грызлов в единый день голосования 13 марта вновь надел «счастливый» белый свитер.* (Труд 14.3.2011); *Президент Украины Петр Порошенко заявил о том, что считает российского лидера*

Владимира Путина более непредсказуемым, чем 45-го главу Белого дома Дональда Трампа. (МК 28.6.2017); *Бывший госсекретарь США, лауреат Нобелевской премии мира Генри Киссинджер, недавно характеризуя Путина, отметил, что у президента России «есть огромное чувство внутренней связи с российской историей, как он ее видит».* (Нез. газета 20.01.2017)

Интерес для исследования представляют идентификаторы, направляющие внимание на характерные черты или действия политических субъектов и выражающие, как правило, их ироническую или негативную оценку: *Признанный интриган Владислав Сурков и “отставился” с интригой: зачем, почему, куда – все загадка.* (Огонек 13.5.2013); *Сначала в ходе этого разговора опытный царедворец Михалков отбил «положенное количество поклонов» в адрес Путина.* (МК 19.2.2016)

Ироническая оценка Ж. Депардье, связанная с фактом получения им российского гражданства, содержится, на наш взгляд, в многочисленных примерах с идентификаторами перед его фамилией или двучленной именной формулой: *Он предложил выдвинуть в качестве кандидата на пост губернатора Омской области известного французского актера, гражданина РФ, почетного гражданина Чечни и Мордовии Жерара Депардье.* (МК 30.6.2015); *Не успев получить народного где-нибудь на Северном Кавказе и пост министра культуры где-нибудь в Заволжье или Приуралье, вольный борец с налогами франко-русский артист Депардье тихо и уютно обосновался в маленьком бельгийском городке Нешэн.* (Итоги 25.3.2013); *Лидером социально-политической устойчивости стала Мордовия, власти которой подарили новоиспеченному россиянину актеру Жерару Депардье квартиру.* (КоммерсантЪ 4.2.2013)

Добавим интересные примеры с именами российских и зарубежных политиков: *Отставка «серого кардинала» Кремля Владислава Суркова, <...> всколыхнула политический бомонд.*

(МК 14.5.2013); *Бывший премьер-министр Италии и неутомимый ловелас Сильвио Берлускони не обошел своим вниманием первую леди Франции Брижит Тронье.* (МК 16.5.2017); *Лидер «революции роз» Михаил Саакашвили обвинил спонсора «революции достоинства» Петра Порошенко в бандитизме.* (МК 17.11.2016)

Специального исследования заслуживают и идентификаторы, в которых содержатся метафорические номинации, окказиональные слова или словосочетания и другие проявления языковой игры, которая анализируется далее в работе. Например: *«Заключенный друг» нашей страны сенатор Джон Маккейн высказался об этом вполне определенно.* (МК 29.1.2017); *Если российские политические дамы тяготеют к советской эстетике, то валькирия Майдана Юлия Тимошенко выглядит совершенно иначе.* (МК 17.6.2014); *Еще во время президентской кампании «социальный змей» Олланд вознамерился обложить нуворишей, чей доход превышает миллион евро в год, 75-процентной бюджетной данью.* (Итоги 17.9.2012)

Некоторые идентификаторы можно определить как исключительно экспрессивные: *Показательно и самозабвенно огрызалась только Кондолиза Райс, “внешнеполитическая стерва” (в хорошем смысле слова) американской администрации.* (ВМ 22.3.2002)

В следующем примере обратим внимание не только на окказиональное слово, но и на именную формулу «на русский лад» (в ее официальном варианте „фамилия + имя + отчество»), как и на иронический контекст в целом: *В сфере экономики и права есть идея принять закон «Об обязательной сертификации стеклотары, используемой в ходе допросов подозреваемых», а также «Об обязательном дотировании американскими детьми российских граждан, проявивших стойкость и мужество в ходе многолетних запоев». Ну и отдельно – «Об*

освобождении от налогов и сборов почетного мордвинчеченца РФ Депардье Жерара Ксавье». (МК 2.3.2013)

Использование только личного имени (как правило, зарубежных политиков) встречается исключительно редко в аналитических и информационных медиатекстах.

Ср., например, самостоятельное употребление имени *Хиллари: Проблема в том, что Россия является «империей зла» в глазах не только Хиллари, но и многих республиканцев. (МК 9.11.2016); Причина падения котировок Хиллари очевидна. (МК 7.9.2016)*

Редкие гипокористические формы используются, как правило, для подчеркивания иронически-снихождительного отношения к референту. Такими можно считать активные в современных СМИ формы *Миша, Мишка*, а также типичные для грузинского языка формы *Мишико, Михо* для номинации М. Саакашвили и прежде всего для подчеркивания его незрелости как политического субъекта, несамостоятельности его действий: *Ведь оценка правления Мишико в Одессе началась уже на следующее утро после его назначения. Причем так яростно, что никто до сих пор не может остановиться. Депутаты горсовета в первый же день назвали его Мишкой-подкидышем. (КП 6.9.2015); И грузинская, и украинская власть не заинтересована в возвращении Саакашвили в Грузию. Поскольку это приведет к грандиозному скандалу, который не преминет устроить сам Михо, что позволит ему заработать неплохие электоральные дивиденды как в Украине – накануне президентских выборов, так и в Грузии – перед местными выборами осенью. (КП 18.7.2017)*

“Классическим” для медиатекста можно считать следующий способ номинации: в заглавии дается только фамилия, в начале текста – имя и фамилия с препозитивным идентификатором, указывающим чаще всего на должность, дальше в тексте – только фамилия: *Путин и Медведев поздравили работ-*

ников культуры: Президент России Владимир Путин обратился с поздравлением к работникам культуры. Ранее их с профессиональным праздником поздравил премьер-министр Дмитрий Медведев. (Труд 25.3.2013)

1.3.2. Средства вторичной номинации

Особое место в создании медийного образа политика занимают и **средства вторичной номинации** – инициалы, прозвища и перифразы.

Как отмечает В.Г. Кульпина, использование вторичных имен “возможно лишь в условиях культурной общности членов данного социума, которые совместно владеют определенным запасом знаний, представлений, ассоциаций, составляющих лексический фон данной словесной единицы.” [Кульпина 2002:180].

Использование средств вторичной номинации можно определить как постоянную тенденцию, воплощающую стремление к экспрессивности, к “зрелищности” выражения содержания в медиатексте. Они относятся к так наз. «навешиванию ярлыков» для выражения оценки политических субъектов.

Т.Р. Бочарова, говоря об иерархии служителей в советском обществе, подчеркивает, что „...политическое слово в советском политическом дискурсе функционировало не как средство коммуникации, а как часть ритуала, имело статус сакральности. Имена же политических “жрецов” и вовсе были неприкасаемыми.» [Бочарова 1994: 24].

Сегодня политические реалии, в том числе политические субъекты потеряли статус сакральных, более того, можно говорить о десакрализации этих субъектов и их имен.

Интересные рассуждения об этом есть у И.Э. Ратниковой, которая пишет о десакрализации антропонимических и поэтонимических знаков, о разрушении социальных мифов и формировании других мифов [Ратникова 2003:38].

1.3.2.1. Инициальные аббревиатуры

К вторичным номинациям относятся **инициальные аббревиатуры** имени, отчества и фамилии.

О.А. Давыдова, анализируя материалы СМИ конца XX в., определяет трехбуквенные аббревиатуры как новую форму именования политиков, еще не оформленную (с точками или без точек); по ее наблюдениям, чаще всего в то время использовались аббревиатуры *ЧВС* и *БАБ* для именования В.С. Черномырдина и Б.А. Березовского [Давыдова 2001].

В рассмотренном нами материале этот способ используется чаще всего для номинации Б. Ельцина (*БНЕ* или *ЕБН*), Б. Березовского (*БАБ*), В. Путина (*ВВП*), Д. Медведева (*ДАМ*), редко – для номинации других российских политических субъектов: *Подозреваю, что ни у кого, начиная с самого ВВП, нет иллюзий по поводу возможностей полного искоренения коррупции в России.* (МК 4.3.2013); *ДАМ и ВВП разошлись во мнениях* (МК 28.12.2012); *И когда его назначили на важную должность в Совете Безопасности, БАБ обратился к местным властям с заявлением о выходе из израильского гражданства.* (МК 25.3.2013) *За неделю до смерти БАБ выставил на торги картину Энди Уорхола «Красный Ленин».* (Собеседник 26.3.2013); *Но сейчас Путин ничего не сказал. А что говорить? Те скромные достижения, которых смог добиться ЕБН, канули в Лету.* (МК 24.4.2017)

Активность подобных аббревиатур, скорее всего, можно объяснить и дополнительными оттенками в некоторых из них – например, паронимической близостью аббревиатуры *ЕБН* с нецензурным словом или возможностью двоякого понимания аббревиатуры *ВВП* (для называния В. Путина и как экономический термин).

В интересном тексте о прозвищах политиков прошлого и современности специально отмечают особенности инициального обозначения Б. Ельцина и В. Путина: ... *в народном фоль-*

клоре фигурировали в основном нецензурные варианты, которые вылились в закрепившееся «ЕБН». С одной стороны, это аббревиатура фамилии, имени и отчества Ельцина, а с другой – оценка его деятельности на посту президента.; Уже на посту президента за ним закрепилось прозвище, составленное из аббревиатуры имени, фамилии и отчества – «ВВП». Это особенно хорошо перекликалось с кампанией за удвоение ВВП страны и создавало почву для массы острот. (АФ 22.5.2013)

1.3.2.2. Прозвища

Одно из средств вторичной номинации – **прозвища**.

Прозвище – „дополнительное неофициальное имя известного лица, данное в соответствии с характерной чертой или событием, узнаваемое членами социума и используемое ими для именованя.<...> Итак, полноценное функционирование публичного прозвища как номинативной единицы возможно только при однозначной референтной отнесенности прозвища к его носителем в рамках всего социума.” [Ненашева 2016: 70].

Как известно, прозвища – древнейший вид антропонимов. Они исключительно активны в разговорном стиле, где становятся яркой характеристикой человека – его внешности, особенностей речи, поведения и т. д.

К. Стоянов считает, что СМИ занимают прозвища именно у просторечия, поэтому они намного экспрессивнее, чем стандартные имена [Стоянов 1999:197].

Имея в виду обидные прозвища ведущих русских политиков в СМИ, Н.И. Клушина отмечает: “Мы как бы вновь вернулись к истокам антропонимики, когда имя собственное заключало в себе определенную характеристику человека.” [Клушина 2002:55].

По мнению О.А. Давыдовой, прозвища встречаются на страницах периодики значительно реже, чем другие антропо-

нимические именования, но все же язык СМИ выработал некоторые достаточно устойчивые дескрипции: *Ельцин – царь Борис*, *Зюганов – дядюшка Зю* и т. д. [Давыдова 2001].

По нашим наблюдениям, прозвища редко появляются в информационных жанрах, но очень активны в статьях, комментариях, интервью, фельетонах, что легко объяснить их яркой экспрессивностью.

Прозвища, как и другие средства номинации, часто используются в заглавии текста: *Мамочка сошла с ума: Меркель предрекли политическую смерть* (МК 27.10.2015)

Особенно интересны прозвища политиков – они считаются формой “народного мщения”, поскольку даются им чаще всего за действия или слова, негативно воспринимаемые обществом. С другой стороны, прозвища являются особым барометром популярности их носителя.

Вполне справедливым можно считать сказанное о них Т.А. Ненашевой и Э.Н. Меркуловой: „Таким образом, сфера прозвищ становится широчайшим полем конструирования имиджа политика. Создание прозвищ, в основе которых лежат определенные, реальные или мнимые признаки, способствует закреплению в массовом сознании того или иного образа политика.” [Ненашева 2016: 78].

Например, среди прозвищ болгарских политиков, как утверждает газета „Сега”, можно найти всю флору и фауну (*Тыква, Нарцисс, Помидор, Картошка, Лягушка, Лошадь, Крокодил, Лисица, Обезьяна, Кобра, Бизон, Акула* и т. п.). В то же время, по мнению автора текста, есть прозвища, которые можно отнести к „высокоинтеллектуальным и артистическим находкам”. (Сега 25.2.2012)

На наш взгляд, источники прозвищ политиков в СМИ разные – некоторые из них „занимают” в разговорном стиле, а другие появляются в самой среде политиков, в первую очередь, в среде оппозиции, в среде журналистов, дипломатических работников и т. д.

Как известно из различных источников, ближайшее окружение Б. Ельцина называло его *Шеф, Старик, Дед*.

В. Путина во время работы в ГДР коллеги называли *Ути-Пути* и *Штази*, Б. Ельцин называл его *Мальчи*, американские дипломаты в своей переписке использовали довольно „лестные” прозвища *Альфа-самец* и *Бэтмен*.

Д. Буш-младший использовал придуманное им самим прозвище для обозначения В. Путина: *Президент США Джордж Буш-младший называл коллегу «Пути-пут», что для этого американского политика можно считать высоким уровнем креатива.* (АФ 22.5.2013) (Отметим в этом примере и намек на „интеллектуальные способности” Д. Буша – любимой „мишени” для критики со стороны СМИ.)

Кстати, прозвище, придуманное Д. Бушем, упоминается в ряду других прозвищ В. Путина, данных в „Словаре современного жаргона российских политиков и журналистов”, который президент подарил студентам Колумбийского университета во время своего визита в США. Ср. об этом: *Есть в президентском подарке и список кличек наших политиков, включая его самого: ВэВэ, Железный Пу, Немец в Кремле, Капутин, Пути-Пут... Последнее ласковое прозвище, как известно, в свое время дал другу Владимиру президент США. Но называл ли он его так во время частных переговоров в Кэмп-Дэвиде, доподлинно неизвестно.* (АФ 1.10.2003)

Ср. также: *Но как для Рузвельта и Трумэна Сталин был всего лишь Дядюшкой Джо, так и Путин для клана Бушей навсегда останется Пути-путом.* (МН 14.9.2007)

Отметим и прозвища, которыми в кругу политиков называли экс-президентов Франции: *“Молодой аллигатор” – так три года назад Жан-Мари Ле Пен назвал Николая Саркози, сравнивая его со “старым крокодилом” Шираком. “Зубастый” правый политик, похоже, имеет среди кандидатов в президенты республики больше всего шансов на успех.* (МК 18.4.2007)

Разумеется, в СМИ тоже создаются прозвища, нередко – довольно яркие. Многие из них „уходят” в народ, в разговорное общение, так что здесь можно говорить об активном обмене единицами между различными речевыми сферами.

Как отмечает Н.А. Володько, в центральных газетах представлен широкий перечень прозвищ, различных по способам образования [Володько 2014: 90].

Проведенный Т.А. Ненашевой и Э.Н. Меркуловой сравнительный анализ современных прозвищ и прозвищ XX–XXI вв. на основе мотивационных признаков показал, что „основные модели прозвищной номинации остаются прежними: имя и фамилия, особенности внешности, черты характера, особенности поведения, привычки.” [Ненашева 2016: 72].

Это наблюдение подтверждается нашим материалом.

Самые „безобидные” прозвища, на наш взгляд, мотивированы именем или фамилией политика, которые обыгрываются разными способами. Так, хорошо известно, что М. Горбачева называют Горби, Б. Березовского – Береза, М. Ходорковского – Ходор, В. Жириновского – Жирик, Д. Медведева – Медвед, Димон и т. д. Ср. пример из медиатекста: *На то, чтобы поддержать Виктора Ющенко на выборах президента Украины в 2004 году, “Береза”, как звали его знакомые, угрожал \$30 млн. комс.* (Правда 23.3.2013)

Стоит обратить внимание, однако, что во многих случаях, когда „на поверхности” мотивации прозвища лежит близость с именем или фамилией, все же есть более сложная связь с чертами характера обозначаемого субъекта.

К таким случаям отнесем довольно экспрессивное прозвище Рекса Тиллерсона, госсекретаря США: *В апреле Москву со своим первым визитом в качестве нового государственного секретаря США должен посетить Рекс Тиллерсон – обладатель прозвища «Техасский тираннозавр Рекс», бывший глава американских бойскаутов и политик.* (МК 21.3.2017)

Основания для обозначения политика как самого известного хищного динозавра, *Тираннозавра рекса* (лат. *Tyrannosaurus rex*), на наш взгляд, можно связать с его именем *Рекс*, но и с его жестким характером.

Рассмотрим и другой пример, в котором сам контекст направляет внимание на выбор прозвища для российского политика: *Когда Починок работал министром РФ по налогам и сборам, его называли Аль Пачино. Кто называл? Клиенты, конечно. Так как он, такой хрупкий, немного нелепый, наводил священный трепет на тех, кто не платил налоги и не жил спокойно. Аль Пачино – символ необыкновенный крутости.* (МК 18.3.2014) Разумеется, здесь важно и то, что имя и фамилия политика – *Александр Починок*, созвучны с именем американского актера *Аль Пачино*, сыгравшего в кино роль „крутых” гангстеров.

Чаще всего прозвища политиков и вообще известных людей непосредственно мотивированы поведением или особенностями речи референта, а также действиями и ситуациями, с которыми он связан.

Прозвища, как правило, даются за негативные характерные качества обозначаемого субъекта или за его действия, негативно оцениваемые обществом. При этом следует учитывать сложное взаимодействие субъективного и объективного в этой оценке.

Например, политику М. Касьянову, которому принадлежит идея о превращении России в империю, дается прозвище *Миша-император*; довольно популярны и другие прозвища, данные ему за участие в коррупционных схемах на посту министра финансов: *Ведь “Миша-император” звучит гораздо круче, чем “Миша- 2 процента” или “Миша-НДС”.* (МК 22.5.2006)

Прозвища, разумеется, „декодируются” адресатом при наличии у него фоновых знаний о называемом субъекте, об его положении в обществе, о конкретных его действиях и т. д.

Отсутствие таких знаний может привести, как известно, к коммуникативному провалу. Об этом говорится в следующем примере: *Впрочем, правды ради стоит отметить, что для большей части поколения второй половины 80-х Горбачев – просто картинка из учебника истории, и никаких личных чувств к «минеральному секретарю» тут уже и вовсе нет.* (Взгляд 3.3.2009)

Широко известные прозвища *Минеральный секретарь* и *Лимонадный Джо* М. Горбачев получил за антиалкогольную кампанию в 1985–86 гг. Например: *В народе тут же окрестили автора «сухого закона» генерального секретаря М.Горбачева «минеральным секретарем».* (МК 10.4.2013); *Михаил Горбачев тогда был всенародно прозван Лимонадным Джо и «минеральным секретарем».* (МК 14.5.2015);

Любопытно отметить, что прозвище *Минеральный секретарь* дается и Г. Зюганову, уже за другие действия – за его предложение торговать водой озера Байкал: *Минеральный секретарь покоряет Сибирь* (Нов. газета 14.11.2014)

Подобные прозвища, на наш взгляд, дают основание О.В. Фельде подчеркнуть, что именно в них особенно заметен масштаб всенародной языковой игры [Фельде 2010: 288].

В прозвище *Минеральный секретарь* обыгрывается название высшей должности в СССР (как известно, М. Горбачев – последний генеральный секретарь ЦК КПСС), в котором происходит замена компонента словосочетания паронимически звучащим *минеральный* (имеется в виду минеральная вода).

„*Лимонадный Джо*” является заглавием чехословацкой музыкальной пародийной комедии-вестерна; основание для „награждения” М. Горбачева этим прозвищем можно видеть в том, что герой комедии советовал всем пить лимонад.

Нередко прозвища декодируются в самом тексте, и не только в тех случаях, когда они даются в заглавии.

Например, данное в заглавии текста прозвище *Франсуа* – 75%, которым назван президент Франции Ф. Олланд, объяс-

няется в тексте: *Пытается Олланд сократить и госрасходы, пусть и ценой собственного, заметно опустившегося рейтинга. «Сальто мортале» его экономической политики – введение 75-процентного налога на сверхдоходы с 2013 года.* (НВ 24.12.2014)

Добавим другие примеры: *Острые дебаты развернулись на семинаре вокруг закрепившегося за Меркель прозвища «мама». Слишком одномерным было бы объяснение, считает берлинская психолог Ангелика Эбрехт-Лаэрман, что немецкие избиратели почти по-детски доверяют Меркель.* (Нов. газета 8.5.2014); *У себя на родине Маттео Ренци уже получил прозвище “Берлускони Light” за большие амбиции, харизму и любовь к слабому полу. В его правительстве женщины занимают половину постов. Причем, все министры, как на подбор – молодые красавицы, практически фотомодели.* (МК 6.3.2015)

К уже упомянутым „высокоинтеллектуальным находкам”, на наш взгляд, можно отнести как некоторые из уже приведенных прозвищ, так и прозвища в данных ниже примерах.

В тексте *Киндер-сюрприз возвращается в политику* речь идет о политике С. Кириенко, который в 1998 г. занял пост премьер-министра РФ: *Кириенко стал самым молодым премьер-министром в истории России (в 35 лет). Неожиданность этого назначения вкупе с молодым возрастом нового премьера привели к тому, что Кириенко получил в народе прозвище Киндер-сюрприз.* (Газета.ру 24.09.2016)

Сюда отнесем и текст *Калиостро с рубильником*, в котором можно найти „объяснение”, за что А. Чубайс назван именем графа Калиостро, известного махинатора 18 в.: *В 1998 году за электричество многие рассчитывались вексельми, кирпичом, цементом, самолётами, ширпотребом. На посту главы РАО «ЕЭС России» Анатолий Чубайс выступил за отмену оплаты электроэнергии путем взаимозачетов. За долги электричество отключали в больницах, в ВПК, в армии. «Веерные» отклю-*

чения» в стране полностью прекратились в 2003 г. За эти «веерные отключения» Чубайса в народе и прозвали **«Калиостро с рубильником»**. (АФ 21.1.2014)

Особенности внешности политических субъектов, хотя и реже, являются поводом для награждения прозвищем.

Примеры таких прозвищ можно легко найти в различных интернетовских источниках. Так, Б. Немцова за курчавые волосы называли *Пуделем*, И. Хакамаду за восточную внешность называли *Япона-мать*, *Хиросима*, *Самурайка*. Одно из прозвищ Д. Медведева, которого он „удостоился” за невысокий рост, – *Весёлый гном*.

Внешнее сходство В. Путина с одним из персонажей фильмов о Гарри Поттере дает основание американским дипломатам называть его *Добби*.

Специального внимания в связи с этим, разумеется, заслуживает Д. Трамп, чья нестандартная внешность является предметом активного обсуждения и иронизирования в СМИ. Ср. об этом: *На пресс-конференции 11 января в Нью-Йорке Дональд Трамп предстал в несколько новом имидже. Президент по кличке «Оранже», или по-нашему «Апельсин» из-за своего кислотного цвета волос с оранжевым отливом, появился с убранными по возрасту платиновыми висками и успокоенной на несколько тонов макушкой. Стилисты убрали прежний стоящий бейсбольным козырьком чуб, мягко зачесав его набок и лишив политика определенной карикатурности облика.* (НВ 12.01.2017)

Т.А. Ненашева и Э.Н. Меркулова, анализируя невероятное разнообразие прозвищ, данные Д. Трампу в американских СМИ во время предвыборной кампании, приходят к выводу, что прозвища „с намеком на волосы” – самые многочисленны. Многочисленны, по наблюдениям авторов, и экспрессивные прозвища Д. Трампа, в которых есть намек на его руки [Ненашева 2016: 73].

В связи с этим снова обратим внимание на необходимую для понимания прозвищ экстралингвистическую информацию –

в данном случае о стычке Д. Трампа с его оппонентом М. Рубио, обратившим внимание на его маленькие руки (и, соответственно, на другие части тела), а также об эмоциональной реакции Д. Трампа.

1.3.2.3. Перифразы

Очень активны в современных СМИ и **перифразы** – описательные конструкции, заменяющие обозначенные существительным предметы, явления и т. д. Они выражают позитивную или негативную оценку называемого объекта и внушают определенные политические или социальные установки, поэтому являются важным средством манипуляции общественным сознанием, которым активно пользуются авторы медиатекстов.

КИ – объект самого активного перифразирования. Перифразы, заменяющие имена людей, не просто называют лицо, а дают ему оценочную характеристику, подчеркивая важные его качества. Например, канцлера Германии А. Меркель обозначают перифразой *железная леди*, в которой подчеркивается жесткий стиль ее работы: *В Москву “железная леди” прилетела прямоком из Вашингтона, где встречалась с Джорджем Бушем.* (МК 17.1.2006)

Отметим, что так называли и М. Тэтчер, тоже известную жесткостью в отстаивании своих политических решений: *Бывший премьер Великобритании Маргарет Тэтчер, известная как “Железная леди”, умерла в понедельник, 8 апреля, утром.* (ВМ 8.4.2013)

Л.В. Грехнева определяет перифразу следующим образом: „Являясь неоднословной вторичной номинацией объекта, перифраза позволяет не только обозначать, но и описывать объект, указывать на его отдельные черты. Использование перифразического выражения вместо словесной номинации уже само по себе привлекает внимание к обозначаемому объекту.” [Грехнева 2015: 384].

По ее мнению, оценочная функция перифразы представлена в трех разновидностях: комплиментарная, ироническая и порицательная [Грехнева 2015: 384].

Комплиментарные перифразы встречается редко в рассматриваемом нами материале. К ним можно отнести, например, перифразу, подчеркивающую многолетнее пребывание В. Жириновского в центре политических событий в России: *Российского политического тяжеловеса в металле увековечил известный скульптор Зураб Церетели. Повод более чем значимый – приближающийся 70-летний юбилей Жириновского.* (МК 11.4.2016)

Современные СМИ рассчитывают в основном на иронические или негативные перифразы, разграничение которых довольно условно.

Перифразы часто располагаются в заглавии медиатекста, поэтому их значение и выражаемая оценка раскрываются полностью в контексте. Например, значение и оценочный потенциал перифразы в заглавии текста *В чем виноват Чубайс: 10 фактов из жизни отца русского капитализма* (АФ 21.1.2014) раскрываются полностью в самом тексте, где даются подробности о деятельности А. Чубайса – идеолога и руководителя экономических реформ в России в конце XX в.

Нередко один и тот же политический субъект обозначается несколькими перифразами, которые, при всем их формальном разнообразии, направлены на подчеркивание его важнейших, определяющих черт.

В данных ниже примерах Ж. Депардьё (сыгравший Обеликса в популярной комедии „Астерикс и Обеликс”) обозначен двумя разными перифразами, в которых выражается ироническое отношение общества к получению им российского гражданства и квартиры в г. Саранске в Мордовской республике: *Так что новоявленный кремлевский Обеликс рискует стать откровенно комедийным персонажем, лишь дополнительно*

подчеркивающим фарсовый характер отнюдь не смешной политической пьесы, которую на полном серьезе играет нынешняя российская власть. (Газета. ру 26.2.2013); «Россиянин из Мордовии», получивший вместе с валенками и расшитой рубахой новенькую «краснокожую паспортину», лишь формально подтвердил состояние своей мятущейся души. (Итоги 14.1.2013)

Сказанное выше можно увидеть и в перифразах, которыми называются Б. Березовский и Ю. Тимошенко: *При всем обилии политических фигур в России есть одна, которая упоминается чаще других и всегда с яркими ярлыками – “гений интриг”, “злой гений”, “второй Распутин”, “серый кардинал”... Это Борис Абрамович Березовский. Ни один из политиков в течение последних лет не оказывался столь часто в центре самых громких событий и скандалов. (АФ 17.2.1999); К Ю. Тимошенко приклеилось множество прозвищ: “газовая принцесса”, “единственный мужик в правительстве”, “железная леди украинской политики”. (АФ 12.5.2007)*

Появление иронически звучащих перифраз, называющих Д. Буша, также обусловлено не только актуальностью и значением называемого лица, но и его ролью в негативно оцениваемых событиях разного рода, а также качествами его характера: *Мы покажем главному глобалисту петербургские белые ночи. (Труд 17.3.2002); “Подарком” к юбилею стал крайне низкий кредит доверия граждан, а также спор о том, кто придет на смену “горячему техасцу” в 2008 г. (АФ 23.7. 2006)*

Для понимания и оценки адресатом экспрессивности перифразы обязательно наличие определенных фоновых знаний о характерных чертах называемого субъекта, об его политической деятельности, о конкретных событиях с его участием и т. д.

Так, для понимания экспрессивности перифразы в данном ниже примере нужны знания о В. Нуланд, госсекретаре США по делам Евразии, которая принимала активное участие в

событиях на Майдане в Киеве, где раздавала людям печенье: ***Строгая тетенька с печеньками** отправилась в отставку, и ее бывшие подопечные тут же пошли в разнос.* (МК 1.2.2017) Ср. об этом: *По российским СМИ широко разошлись фотографии, на которых она раздает людям печенье. В свою очередь сама Нуланд позже заявляла, что раздавала бутерброды, причем не только участникам переворота, но и сотрудникам правоохранительных органов.* (МК 26.1.2017)

Экспрессивность перифразы может создаваться и за счет использования метафоры, метонимии и других средств образности.

Обратим внимание на метафорическое употребление слов *кукловод*, *король* в перифразах, которыми обозначаются В. Сурков и П. Порошенко: *И фон примечательный: уход “главного кремлевского кукловода” так и не стал либеральным праздником.* (Огонек 13.5.2013); *Порошенко и Тимошенко: конфетный король отказался от дуэли с “неистовой Юлей”.* (МК 19.5.2014);

Метафорическое употребление собственных имен, в том числе прецедентных имен, тоже есть в перифразах – в таких случаях рассчитывается на сходство между известной личностью и политическим субъектом, названным перифразой: *В ходе тех преобразований Чубайс получил прозвище «Робеспьер реформ» – назвал его так министр финансов того времени Александр Лифшиц.* (АФ 21.1.2014); *Трамп, к которому в российских реалиях приклеилось прозвище «американский Жириновский», уловил настроения электората, и не побоялся озвучить крамольные вещи.* (АФ 9.11.2016)

Еще ярче перифразы, в которых есть каламбурное столкновение разных значений слов. К ним отнесем перифразу *девушка с косой*, в которой есть не только намек на внешность Ю. Тимошенко; в ней есть ясная связь с известной перифразой *старуха с косой* (т. е. смерть), что подчеркивается и самим кон-

текстом: *Теперь депутаты злоеце припомнили ей и “девушку с косой”, намекая, что именно она своими интригами угробила Верховную раду.* (АФ 12.5.2007)

Добавим другой пример с „намеком” на прическу Ю. Тимошенко: *„Вместо 300 предателей в коалиции должны быть 300 спартанцев, которые готовы положить все свои силы для изменений в стране», – подчеркнула «дама с косой».* (Собеседник 28.8.2014)

Кстати, коса Ю. Тимошенко, как и оранжевый цвет в ее одежде (цвет Оранжевой революции) – часть ее „патриотического” имиджа. Ср. об этом: *Вот он, поворотный момент в имидже Тимошенко: именно в 2001 году стилисты придумали ей прическу со знаменитой косой-”бубликом”.* Юлия уходит в оппозицию, создает Блок Тимошенко, и образ «истинной украинской пани» приходится как нельзя кстати. (КП 16.2.2016)

Глава ВТОРАЯ

ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЗНАКИ КЛЮЧЕВЫХ ИМЕН



В данной главе рассматриваются языковые признаки КИ, проявляющиеся в современных российских СМИ.

Значимость этих характеристик обусловлена тем, что они могут быть “определенным тестом” для отнесения данного слова к КС [Шмелева 1993:38].

С другой стороны, как показывают наши наблюдения, сама принадлежность к КС, само „попадание” в круг КС, обуславливает некоторые важные особенности функционирования этих единиц.

К языковым характеристикам ключевых слов текущего момента Т.В. Шмелева относит следующие: частотность, текстовое пространство, грамматический потенциал, синтагматику (сочетаемость), парадигматику, онимическое употребление, дефиниции, языковую рефлексию, языковую игру [Шмелева 1993: 38].

Позже, в работе, посвященной слову *кризис*, признаки этих слов представлены по-другому, с учетом трех аспектов существования слова – текстового, лексического и грамматического [Шмелева 2009: 63–68].

В рамках текстового аспекта, который, по мнению Т.В. Шмелевой, „...наиболее заметен, ощутим, он бросается в глаза каждому, хотя может быть по-настоящему квалифицирован только лингвистом” [Шмелева 2009: 63], особенно актуальна частотность использования слова, в том числе в заголовках медиатекстов.

Специального внимания заслуживает новый признак текстового аспекта функционирования КС, который определяется как **текстогенность** – это способность КС порождать вокруг себя массу текстов разного типа.

Среди **лексических параметров** КС, наряду с синтагматикой и парадигматикой, синонимическими и антонимическими отношениями, особую важность имеет их метафорическое употребление, а также использование в качестве онимов [Шмелева 2009: 63].

Третий аспект существования КС, **грамматический**, включает в первую очередь активизацию деривационного потенциала – не только появление новых производных, но и расширение их сферы употребления и семантики [Шмелева 2009: 63].

Приступая к анализу КИ, отметим, что языковые характеристики КС проявляются специфически в кругу собственных имен и в кругу апеллятивов.

Специфически проявляются в кругу КИ лексические параметры, что обусловлено самой сущностью собственных имен, для которых не актуальны, например, синонимические и антонимические отношения.

Кроме того, языковые характеристики КИ, как и КС вообще, проявляются каждый раз по-разному, в разных комбинациях – некоторые из них становятся определяющими, важнейшими, другие находятся на заднем плане или вовсе не проявляются.

Для КС *кризис*, например, которое уже было предметом нашего внимания [Цонева 2012], характерны следующие признаки: **текстогенность** (кризис является темой многочисленных медиатекстов информационного или аналитического характера, а также многочисленных юмористических текстов – анекдотов, карикатур и др.); повышенная метафоричность (кризис очень часто осмысляется метафорически, в первую очередь, метафорами из двух понятийных областей – „Медицина” и „Приро-

да”); активное участие в языковой игре (слово *кризис* включается, например, в игровые трансформации фразеологизмов и прецедентных текстов, направленные на повышение экспрессивности текста).

Проиллюстрируем это примерами: ***Финансовый коллапс разделил крупнейшие компании по всему миру на три лагеря.*** (Итоги 1.12.2008); ***Мировой экономический шторм, первой жертвой которого стали финансовые институты, резко обнажил проблему “оснастки” российского банкинга.*** (Профиль 26.1.2009); ***Призрак западного кредитного кризиса бродит по России. Или уже не призрак?*** (Итоги 16.9.2008); ***В ней авторы доказывают, что вся история человечества состоит из экономических потрясений и кризис нынешний не так страшен, как его малюют*** (АФ 18.11.2009)

Одна из интересных особенностей слова *кризис* – его употребление в предложениях-дефинициях, которые толкуют, объясняют сущность кризиса, нередко понимаемую по-разному, в том числе специалистами: ***Кризис – это механизм очищения экономики от слабостей.*** (НВ 26.12.2009); ***Одни считают, что кризис – это глобальный форс-мажор, требующий экстренного пересмотра всего хозяйственного законодательства.*** (Итоги 13.7.2009)

В то же время такая интересная черта, как онимичность (использование в качестве названия), не характерна для слова *кризис*. Уже упоминавшийся в других наших работах любопытный случай использования этого слова как названия продукта, на наш взгляд, подтверждает это (речь идет о том, что кондитерская фабрика в болгарском городе в разгар кризиса стала выпускать недорогие вафли под названием „Криза”, но очень быстро обанкротилась).

Итак, ориентируясь на описанные Т.В. Шмелевой признаки КС, рассмотрим те из них, которые можно определить как характерные, определяющие именно для КИ (частотность в

медиатекстах, в том числе в их заглавии, текстогенность и производность), а также на менее актуальный признак, определяемый как онимичность.

Одна из важнейших характеристик КИ – участие в языковой игре, рассматривается в специальной главе. Отметим, что Т.В. Шмелева не включает в обозначенные три аспекта изучения КС языковую игру (кроме включения в игровые прецедентные тексты); о ней говорится в работе 1993 г., хотя и в несколько ином понимании.

Для подтверждения наших наблюдений будем приводить примеры из авторской картотеки, содержащей большое количество употреблений КИ – имен актуальных субъектов, прежде всего политиков, упоминающихся в медиатекстах разных жанров.

Отметим также, что в приводимых нами примерах, разумеется, встречаются и другие интересные особенности, в том числе формы языковой игры, которые заслуживают внимания; они чаще всего выделяются, но специально не анализируются.

2.1. Частотность упоминания ключевых имен

Важной характеристикой КИ следует считать их высокую **частотность**, “упоминаемость” в текстах разных типов и прежде всего в медиатекстах.

Именно частотность упоминания в СМИ является основой для составления различных рейтингов политиков. Интересный пример в этом плане – „Рейтинг публичности власти (российских политиков, чиновников и бизнесменов)», регулярно публикуемый в журнале „Власть”. В нем выделяются, например, лидеры роста публичности, лидеры падения, парадокс известности, а также упоминаемость в СМИ (количество материалов, в которых встречается имя политика).

Важнейшая фигура в современной российской общественно-политической жизни с учетом фактора частотности упо-

минация в СМИ – В. Путин. Например, в 2013 г. журнал «Власть» определил место В. Путина в СМИ следующим образом: *«Владимир Путин по-прежнему фигурирует в российских СМИ в три раза чаще, чем Михаил Касьянов. Как и в прошлом квартале, для прессы и телевидения глава государства эквивалентен пяти мерам Москвы, шести министрам внутренних дел и семи первым президентам России.»* (Власть 13.10.2003)

В. Путин – самый упоминаемый политик в российских СМИ и в следующие годы, например, в 2015–2016 гг. (второе и третье место занимают соответственно Д. Медведев и Д. Песков).

Кроме того, по версии авторитетного журнала «Time», в 2017 г. В. Путин входит в круг самых влиятельных людей мира, вместе с Д. Трампом, Ким Чен Ином и Р. Эрдоганом. Ранее он входил в этот список шесть раз. (МК 20.4.2017)

Среди зарубежных политиков бесспорным лидером по упоминаемости в российских СМИ является новый президент США Д. Трамп. Как отмечают некоторые источники, анализируя так наз. «феномен Трампа», в январе 2017 г. Д. Трамп обогнал по частоте упоминаний в российских СМИ В. Путина и возглавил топ-10 самых популярных в массмедиа персон, что произошло впервые за годы правления В. Путина.

Частотность упоминания имен политиков напрямую связана с так наз. медиатизацией политики. Как подчеркивают авторы книги „СМИ и политика”, опираясь в том числе на зарубежные исследования, – СМИ являются фильтрами, которые отбирают информацию, привлекают внимание к определенным вопросам, формируют публичные имиджи политических фигур, „постоянно и настойчиво” представляя что-либо и кого-либо, подсказывая людям то, что они должны знать, думать и чувствовать [СМИ и политика 2007:91–92].

Пики или „взлеты” упоминаемости КИ могут определяться разными факторами. Это, в первую очередь, важная роль референта в общественно-политической жизни страны или мира, а также имеющие большой общественный резонанс общественно-политические события с участием конкретного субъекта.

Ярким примером здесь может быть активизация упоминаемости Д. Трампа в российских СМИ после его избрания на пост президента США. Приведем отрывок из одного из множества текстов, отражающих интерес к Д. Трампу, под заглавием **Трампиши** (это слово рассматривается далее в работе): *Вот и закончилось главное политическое событие 2016 года в жизни российского народа – выборы президента США. Теперь российский телевизор расскажет нам, что выборы президента США выиграл Путин. Но почему россиянам вообще рассказывали об американских выборах гораздо больше, чем о российских? Почему впервые в российской истории (такого не было и в советской) наша пропаганда открыто агитировала за одного из кандидатов? Ведь если Россия такая ни от кого не зависимая и великая страна, как нам каждый день твердят из каждого утюга, какое нам, собственно, дело до того, кто там стал 45-м президентом Ю-Эс-Эй? Что он нам вообще может сделать? Зарплаты повысит? Дороги отремонтирует?* (Газета.ру 9.11.2016)

Отметим и один из множества иронических комментариев частотности упоминания Д. Трампа в российских СМИ: *В нашем телевизоре Трамп стал популярнее героев мыльных сериалов про оперов и пожухлых театральных звезд. На какую кнопку ни нажмешь, а там бойкие ведущие и усталые пикейные жилеты перемывают косточки рыжеволосому хозяину Белого дома. Ну как же, такой весь из себя экстравагантный персонаж, гонитель мигрантов и секс-меньшинств, к тому же еще многоженец. Есть где развернуться буйной фантазии.* (Труд 27.1.2017)

С другой стороны, высокая частотность упоминаемости может быть связана с событиями „со знаком минус”. Например, пики упоминаемости Б. Березовского в российских СМИ пришлись на 2007 и 2012 годы, когда на него заводились громкие уголовные дела, в том числе и о «захвате власти». (НВ 1.4.2013)

Упомянем и коррупционные скандалы с участием экс-министра А. Сердюкова, позже – с участием министра А. Улюкаева, которые обусловили рост частотности упоминания имен этих политиков.

Приведем пример из текста об А. Чубайсе, в котором подчеркивается частотность его упоминания, обусловленная экономическими скандалами: *На минувшей неделе одним из главных героев скандальной экономической хроники стал – в который уже раз за свою жизнь в искусстве! – Анатолий Чубайс. Аудитор Счетной палаты Сергей Агапцов обнаружил леденящие русское коллективное бессознательное данные о некоторых результатах работы возглавляемой 2-ном Чубайсом госкомпании «Роснано».* (МК 28.4.2013)

Смерть известных людей тоже, как правило, становится поводом для активного обсуждения их личностей.

Репрезентация образа смерти лидера национального масштаба, как отмечает Ю.П. Денисов, занимает важное место в политическом дискурсе. Так, смерть Б. Ельцина вызвала актуализацию его образа в материалах СМИ, в том числе в оппозиционных изданиях [Денисов 2011].

Отметим и “вспышку” интереса к Б. Березовскому после его смерти, о чем говорится в следующем примере: *Интернет захлебнулся от воспоминаний о Березовском. Кто его где видел: в лифте, в туалете... Конечно, он личность. О нем сегодня говорят и спорят больше, чем о Кипре и о снегопаде.* (МК 26.3.2013)

Нередко в текстах о смерти Б.Березовского выражается открыто негативная оценка не только его политической деятель-

ности, но и личной жизни, семьи, характера, что является нарушением правил “хорошего тона” [Цонева 2013]. Ср. об этом в тексте *Джентльмен удачи: Озлобленное, лишенное милости к павшим и проигравшим, далекое от христианской любви и сострадания пусть и к преступникам, но людям, российское общество умеет топтать рухнувших с высоты, оно радостно пройдет сапогами по Березовскому*. (Газета.ру 24.3.2013)

Особо следует отметить и появление большого количества текстов после громких политических убийств, например, А. Политковской, Б. Немцова и т. д.

2.2. Частотность ключевых имен в заглавии

При анализе текстового аспекта КС учитывается как их частотность вообще, так и частотность в заглавии медиатекста, которое, вместе с началом и концовкой медиатекста, относят к сильным позициям.

По мнению И.В. Арнольд, сильная позиция обеспечивает заглавию „выдвижение на первый план важнейших смыслов текста, <...> установление иерархии смыслов, фокусирование внимания на самом важном, усиление эмоциональности и эстетического эффекта” [Арнольд 1971: 23–2].

Заглавие как важнейший компонент композиции медиатекста выполняет различные важные функции, которые являются предметом исследования множества работ: выделительную, номинативную, информативную, рекламную, оценочно-экспрессивную и т. д.

Важность заглавия, на наш взгляд, доказывает и сайт „Заголовки” (zagolovki.ru), в котором даются заглавия медиатекстов по темам, жанрам и изданиям, а рубрика „Лучшие заголовки” включает экспрессивные заглавия медиатекстов, в том числе с различными формами языковой игры.

Параметр «заголовки» – «качественность» упоминания политика в заголовках и первых фразах текста, учитывается и в

упомянутом ранее „Рейтинге публичной власти” журнала „Власть”.

Частотность появления КИ в заглавии дает основание называть референтов некоторых имен “заголовщиками”.

Главный “заголовщик” среди русских политиков – В. Путин: *Путин подписал закон против табака* (Труд 25.2.2013); *Путин провел встречу с академиками РАН* (Нез. газета 23.6.2017); *Путину выберут всем миром* (Нез. газета 4.4.2017)

Часто встречается в заглавии и фамилия *Медведев*: *Медведев опробовал Яндекс-браузер* (Труд 24.12.2012); *Медведев предложил показательно увольнять чиновников* (Труд 29.3.2013)

По нашим наблюдениям, в период президентства Д. Медведева его фамилия очень часто появлялась рядом с фамилией В. Путина (как правило, после нее): *Путин и Медведев встретятся с президентом Венесуэлы* (Труд 8.9.2009)

Именно тогда, как известно, активно обсуждали (чаще всего в ироническом ключе) “тандем Путин-Медведев” и ведущую роль В. Путина в нем.

Приведем и примеры заглавий с другими КИ: *Валентина Матвиенко встретила с прогрессивными американками* (Труд 24.9.2015); *Меркель предложила позвать Асада на переговоры по Сирии* (Труд 24.9.2015); *Общая болезнь Ельцина и Путина: политологи сравнили двух президентов* (МК 9.6.2016); *Михаил Горбачев – король велосипедистов* (МК 24.7.2014); *Зачем Ходорковскому нужен Навальный* (Нез. газета 24.06.2017); *Порошенко рассказал о том, можно ли понять Путина* (МК 28.6.2017); *Макрон зовет Трампа во Францию на День взятия Бастилии* (МК 28.6.2017)

Отметим также, что именно в заглавии чаще всего встречаются и различные уже упомянутые вторичные средства номинации (перифразы, прозвища), а также различные формы игры с КИ, которые рассматриваются дальше: *“Новый русский” Депардье на встречу с журналистами надел жилетку с дву-*

главным орлом (МК 17.3.2013); *Россиянин Депардье прилетел в Чечню в ушанке* (МК 22.2.2013); *Сдаст ли Россию «кореш Путина» Трамп* (МК 11.11.2016); *Отец российского капитализма* (АФ 21.1.2014) – о А. Чубайсе; *Возьмет ли “оранжевая принцесса” реванш?* (АФ 22.10.2007) – о Ю. Тимошенко.

2.3. Текстогенность ключевых имен

Частотность КИ, на наш взгляд, трудно отграничить от другой важной черты, как **текстогенность**, о которой Т.В. Шмелева пишет: „Понятно, что тексты эти порождаются людьми, но ключевое слово как бы издает импульсы, можно даже сказать, императив к созданию таких текстов. Собственно, то, что оно фигурирует в заголовках, и есть одно из проявлений текстогенности. Но важно вот на что обратить внимание: круг текстов, порождаемых вокруг ключевого слова, превосходит задачи обмена информацией – т. е. создания новостных, информативных текстов. Появляются аналитические тексты, в которых представлена рефлексия о называемом слове явлении в самом широком контексте, включая философский.” [Шмелева 2009: 65].

Особый интерес представляют и порождаемые КИ юмористические тексты, например, фельетоны, памфлеты и т. д., примеры из которых приводятся далее в работе.

К анекдотам можно отнести сказанное Т.В. Шмелевой о слове *кризис*: „Но самое интересное, что кризис порождает множество принципиально “беззаголовочных “ текстов в рамках современной смеховой культуры – иначе говоря, шуток, анекдотов, приколов, как теперь обозначается эта не определенная форма смехового поведения.” [Шмелева 2009: 66].

Отдельного описания заслуживают и анекдоты с КИ, определяемые обычно как политические анекдоты, имеющие множество интересных особенностей в современной коммуникации. Анекдоты определяются как устный жанр фольклора,

но в наши дни они нередко появляются в интернете и тиражируются в СМИ.

Специального описания требуют и так наз. креолизованные тексты, например, карикатуры, посвященные политическим субъектам [Ворошилова 2013].

Наше внимание направлено в основном на огромное множество информационных и аналитических текстов разных жанров, которые российские СМИ посвящают важным политическим субъектам, как и остальным референтам КИ.

В них можно найти как положительную, так и, причем намного чаще, негативную оценку действий политиков, выражаемую, в том числе, и особенностями употребления их имен.

В связи с этим нельзя не отметить важный факт, что личность политика, особенно ведущего, редко встречает одобрение в обществе. Об этом пишет авторитетный болгарский лингвист М. Виденов, который считает, что болгарин сильно недоброжелателен к попыткам создавать благоприятный имидж политиков, что выражено и в классическом романе А. Константинова „Бай Ганьо” – именно там дается яркая оценка тех, кто осмелился стать политиком: „Все они сволочи!” [Виденов 1997: 64].

В наши дни характерное не только для болгар негативное восприятие политиков и их действий становится все более явным, и это находит выражение не только в СМИ, но и в мощных акциях протеста в России и в других странах.

Негативная оценка действий политиков является темой множества ярких материалов. Приведем в качестве примера выдержку из текста *Ой, Вань, гляди, какие клоуны!..* известного анализатора В. Костикова: *Социологи отмечают и еще одну заметную переменную в общественном сознании – **растущее неуважение к власти**. Как и в советские времена, снова плодятся анекдоты и частушки о политических небожителях. Часто весьма скабрзные. Впрочем, сама действительность подбрасывает улице материалы “из жизни вельмож”. Мы*

чуть ли не ежедневно читаем о похождениях депутатов, выходах губернаторов, министров. Чего стоят заявления “народных любимцев” Онищенко или Фурсенко!.... (АФ 7.6.2011)

„Героем” множества медиатекстов является В. Путин – уже с момента его появления на политической сцене в 2000 г., когда он стал преемником Б. Ельцина на посту главы государства, интерес к личности В. Путина со стороны СМИ не иссякает.

В. Путин в качестве президента и премьер-министра – тема огромного количества текстов, в которых можно найти как положительную, так и негативную оценку его работы на вершине власти.

Пик популярности В. Путина, по нашим наблюдениям, основанным на анализе медиатекстов, приходится на 2014-ый год.

Упомянем специально один из таких текстов: *Романтика вместо расчета. Федор Лукьянов о докрымском и послекрымском Путине* (Газета.ру 7.7.2014), в котором перечислены основные моменты политической карьеры В. Путина.

Показательным можно считать тот факт, что положительное или отрицательное отношение к личности В. Путина часто основывается не на трезвой оценке его действий, а на эмоциях. Ср. об этом в данных отрывках из текста *Если бы моим папой был Путин: Смутное поствыборное время митингов лишний раз подтвердило тот факт, что отношение к Путину существует прежде всего в сфере эмоциональной. Его или любят, или не любят. Даже политологи, рассуждая о долгом «периоде правления» Владимира Владимировича и о его новых претензиях на президентский пост, не могут до конца абстрагироваться от эмоций. И уж тем более оппозиция не способна признавать достижений Путина, а соратники Владимира Владимировича не способны ему противоречить.; Национальный лидер – это не менеджер, избранный народом и выполняющий задачи, которые ставит перед ним общество; это – родственник, почти что отец. А отцов почитают,*

принимают, их слушают, не слушают, порой даже ненавидят, но не критикуют и не анализируют. (МК 28.1.2012)

Эмоциональное отношение к В. Путину нередко становится предметом иронических или резко негативных анализов: *Желающих проорать “Путин – великий и любимый” или “Бог ли Путин?” становится все больше и больше, процесс носит лавинообразный характер и развивает “скорость света”. Одни получают от этого “удовольствия” конкретные предпочтения, например, дачи в Крыму по “сходной цене” или возможность покупать на миллиарды рублей акции российских крупнейших компаний, сообщая публике “о продаже квартиры и получении кредита в одном из банков” (банк конечно, государственный), или человек начинает издавать книги с геополитическими перлами о развале США и крахе доллара (не забывая о крупных денежных гонорарах... через подъезд одного из провластных фондов) и т.д. и т.п.* (МК 10.9.2014)

Личность В. Путина представляет особый интерес и для зарубежных СМИ. Более того, как отмечают многие авторы, интерес к России находит выражение прежде всего в интересе к В. Путину. Ср. об этом: *Полтора десятилетия спустя его имя употребляется на международной арене почти как синоним самого понятия «Россия», мир обсуждает его действия и намерения (о которых все гадают), о феномене «путинизма» пишут научные работы.* (Газета.ру 7.8.2014)

О том, что Россия и В. Путин воспринимаются как синонимы, говорится и в болгарском тексте. Это выражено в трансформации прецедентного текста из стихотворения В. Маяковского: *В масовото българско съзнание когато казваме Путин, подразбираме Русия, когато кажем Русия, подразбираме Путин.* (24 часа 26.5.2017) (О самом тексте подробнее сказано далее в работе.)

Болгарские СМИ посвящают В. Путину и тексты информационных жанров, и серьезные аналитические тексты об его работе в качестве премьер-министра и президента, а также множество текстов скорее развлекательного характера – о характере В. Путина, его увлечениях, семье и т. д. [См. об этом: Цонева 2011].

Редкие фельетоны и другие тексты юмористического характера, посвященные В. Путину, можно считать особенностью идиостиля определенных болгарских изданий, например, газеты “Сега”.

Разумеется, в современных российских СМИ можно наметить периоды особенно высокой активности текстов разного характера, в том числе юмористических, посвященных определенным политическим субъектам.

Один из таких периодов – президентские выборы, когда появляется большое количество материалов о претендентах на пост президента.

Интерес избирателей к политическим лидерам, выступающим в качестве кандидатов в президентских избирательных кампаниях, отмечают многие авторы. Именно в такие периоды, осуществляя свой электоральный выбор, граждане оперируют образами, возникающими под влиянием представлений воспринимающего, особенностей объектов политического восприятия и внешних информационных воздействий (коммуникативных факторов). См. об этом: [Смулькина 2014: 3].

Например, в большом количестве текстов, посвященных президентским выборам в России в 2012 г., уделяется много внимания основному претенденту, В. Путину; при этом в них довольно часто выражается негативная оценка самого факта участия В. Путина в выборах.

В тексте *Сакральность* эта оценка выражается разными средствами, среди которых отметим прецедентный текст (заглавие популярного фильма советского времени): *За 20 лет президента РФ выбрали 6 раз. 5 раз дело обходилось одним ту-*

ром, в 1996-м было 2 тура. Исключение подтверждает “правило первого тура”. Кого избирают президентом? Только действующего президента (в 1991 Ельцин был председателем ВС РСФСР) или названного им кандидата. Чужие здесь не ходят. Итак, если хотите, чтобы вас избрали президентом России, – вы должны быть президентом (или его назначенным преемником). Можно сказать, что выборы – на практике референдум о продлении полномочий президента, с неизменно триумфальным итогом. (Рос. газета 12.03.2012)

Ярким выражением оценки результатов президентских выборов в 2012 г. являются многолюдные акции протеста, в том числе „Марш миллионов” и „Народные гуляния” на Болотной площади в Москве, а также в других городах России.

Значение этих событий проявляется и в том, что слово *Болотная* стало символом времени и победителем в конкурсе „Слово года 2012”. Как известно, «Слово года» в России выбирают народным голосованием в Facebook, а потом специалисты – писатели, лингвисты, журналисты, определяют жизнеспособность новых слов [Цонева 2016]. Слова в этом списке, как подчеркивает О.С. Иссерс, отражают фокусы общественного внимания, и их можно рассматривать в качестве индикаторов социальных изменений, маркеров меняющейся системы ценностей [Иссерс 2014:49].

В последнее время довольно активно обсуждаются предстоящие в 2018 г. президентские выборы в России. Главный вопрос, которым задаются не только анализаторы и журналисты, но и избиратели, будет ли бороться В. Путин за пост президента в очередной, четвертый раз.

Интересный анализ политической ситуации в России и возможных вариантов развития президентских выборов находим в тексте *Путин в 2018 году: кто может заменить президента*, в котором стоит отметить интересные метафоры и игру с фразеологией.

Ср.: Чем дольше длится молчание президента, тем больший простор для версий, слухов и спекуляций. Попробуем разобраться, где пролегают границы возможного и **какие черты, сиречь мефистофельски хитроумные комбинации, могут водиться в притихших омутах кремлевской политики.**; Долго ждать не придется. К гадалке не ходи: **война за путинское наследство** начнется сразу после избрания Владимира Владимировича на последний дозволенный ему Конституцией срок. **Отголоски приближающейся битвы** слышны уже сегодня – в виде скандалов, интриг, расследований, поражающих попеременно то одну, то другую «кремлевскую башню». И, судя по этим **первым залпам, вендетта** обещает быть жаркой. (МК 28.5.2017)

Мнения о возможном участии В. Путина в выборах диаметрально противоположны, хотя на данном этапе, по нашим наблюдениям, чаще всего говорится об отсутствии политической фигуры, альтернативной В. Путину.

Ср. об этом: *Словом, как ни крути, лучшим преемником Путина с точки зрения самого Путина – политически сильным, популярным, но при этом стопроцентно верным – является сам Путин. Это и впрямь «не Димон». Только бы, как говорится, здоровье не подвело.* (МК 28.5.2017)

Важной особенностью российских СМИ можно считать и небывалый интерес к президентским выборам в США в 2016 г., а также к двум кандидатам на пост президента – Х. Клинтон и Д. Трампу.

Предметом активного обсуждения становится и особый интерес россиян к этим выборам и к двум кандидатам.

Из огромного множества текстов, посвященных этой теме, отметим текст **Трампушка за Обамушкой**; забегая вперед, обратим внимание на экспрессивные игровые формы иноязычных фамилий *Трамп* и *Обама*, переделанные „на русский лад” – с

русским уменьшительно-ласкательным суффиксом -ушк: *Россия снова выбирает президента. К сожалению, всего лишь американского. Телевизор с интернетом почти год гадает, какой же кандидат для нас выгоднее, будто в Америке не выборы грядут, а референдум по вопросу взаимоотношений с Россией. И российская пропаганда и контрпропаганда точно знают, что все в США решается с оглядкой на Россию. И что Белый дом достанется Клинтон, которую у нас по-свойски называют Хиллари. Правда, наши либералы не сомневаются, что американцы выберут Клинтон благодаря своему здравомыслию, а патриоты уверены, что дурные янки сделают это России назло. Трампа во власти обе партии не допускают ни в страшных снах, ни в самых смелых своих фантазиях. А зря!* (Нов. газета 21.8.2016)

Особого внимания заслуживает и огромное количество текстов, посвященных Д. Трампу, появившихся в российских СМИ после его вступления в должность президента США. Стоит отметить, что в первые дни, как правило, выражается положительное отношение к избранию Д. Трампа, которого россияне почему-то считали „своим кандидатом”.

Именно о завышенных ожиданиях от Д. Трампа говорится во многих текстах. Ср. пример: *Похоже, не только официальная Россия, но и многие рядовые граждане, травмированные пропагандой, ждут, что немедленно после прихода Трампа здесь начнется легкая, веселая и, главное, сладкая жизнь. Возможно – со вкусом барбариса.; Уровень ожиданий от Трампа в России настолько завышен, что даже и не понятно, как он может эти ожидания оправдать. Отмены санкций для этого явно уже не хватит. Трамп должен как минимум обеспечить двукратный рост российской экономики в первый же рабочий день. Сделать Россию снова великой. И да, конечно, отменить морозы зимой.* (НВ 23.01.2017)

Большая часть россиян, как утверждают СМИ, воспринимает победу Д. Трампа скорее положительно, надеясь на улуч-

шение отношений и развитие сотрудничества между двумя странами. Надежды россиян связаны прежде всего с признанием Крыма (о чем Д. Трамп говорил в июле 2016 г.), снятием санкций и т. д.: *Последние несколько месяцев россияне живут в атмосфере, пропитанной новостями о каждом действии американского президента Дональда Трампа. Трудно сказать, какой еще политический процесс в чужой стране привлекал такое внимание широкой аудитории. Церемония инаугурации оказалась самым запоминающимся событием месяца: таковым ее назвали 42% россиян. Около половины россиян (46%) ожидают, что при Трампе отношения двух стран улучшатся.* (Нез. газета 10.2.2017)

Довольно экспрессивно объясняется любовь россиян к Д. Трампу в фельетоне М. Жванецкого: *У этой тётки Клинтон какая-то электрическая американская улыбка. Наши люди в России считают, что такая улыбка – чересчур. И любят стучать кулаком по такой улыбке. Но, даже несмотря на вечный «smile», Хиллари всё равно какая-то скучная. Муж её очень живым был в своё время – кто помнит. Сейчас Билл немножко поскуучнел, истлел... Даже обидно за него. **Теперь из них двоих живой только Трамп. Живой такой, сексуальный. В общем, мы его победе страшно рады, поэтому второй месяц пьём за его здоровье.*** (АФ 14.12.2016)

Во многих текстах есть ироническая оценка не совсем оправданной радости россиян: *Взять, например, Дональда Трампа. Его победа стала для многих жителей нашей страны настоящим праздником. Хотя казалось бы, что может быть общего между скромным обитателем России и новым президентом Соединенных Штатов? **Почему результаты далеких выборов вызвали у многих такую радость, как если бы российская сборная выиграла на чемпионате по футболу?*** (Нез. газета 15.12.2016)

Последующие события и первые шаги Д. Трампа как президента однако приводят к неизбежному „отрезвлению” в его восприятии: *Не прошло и полугодя с момента его победы на выборах, как американский президент пре-вратился из нашего союзника в установлении многополярного мира, в котором повержены либерализм и торжествуют традиционные ценности, в очередного буржуина-империалиста, который, оказываясь, протягивая руку дружбы, прятал за спиной «Томагавк».* (Нов. газета 10.4.2017)

Разумеется, в предвыборной ситуации в США, тоже наблюдается не только взрыв интереса к претендентам на пост президента, но и взрыв креативности в их номинации. Об этом говорят в интересной статье о прозвищной номинации Д. Трампа Т.А. Ненашева и Э.Н. Меркулова [Ненашева 2016: 70–83].

Поводом для активного обсуждения и оценки политических субъектов могут быть и конкретные их поступки, в том числе далекие (хотя бы формально) от политики как таковой.

Так, полет В. Путина на дельтаплане вызвал “бурю эмоций” и стал темой множества текстов. Приведем отрывок из текста *Путин: маска и душа*, в котором это событие представлено в ироническом ключе: *Жизнь – точнее, лично Путин как наиболее ярко выраженный представитель этого явления небесной природы – вновь преподнесла нам доказательство нашей бессмертной теории. Ровно накануне Президент РФ, отвлекшись от государственных и приравненных к ним жалких дел, лично прибыл на полуостров Ямал, чтобы возглавить стаю вымиравших белых журавлей – стерхов, отправляющихся типа на заслуженный отдых. Причем выступал Путин непосредственно в роли **топ-журавля**. Он летел на персональном дельтаплане, замаскировавшись под стерха – украсив свое тело белым халатом, а голову белым шлемом, чтобы никто из загибающихся от бремени эволюции птиц*

не перепутал, кто в доме хозяин, т.е. вожак стаи. (МК 7.9.2012)

В то же время подобные эпизоды, как отмечает Ю.А. Антонова, позволяют формировать „более демократичный” образ В. Путина, который можно противопоставить «зажато́му», скупому на эмоции политику в силу бывшей его профессии [Антонова 2011: 23].

Приходится отметить, что конкретные события с участием ведущих политиков могут оцениваться как СМИ, так и обществом по-разному, нередко – прямо противоположным образом. Ю.А. Антонова обращает внимание, например, на эпизод 2011 года с танцующим президентом РФ Д.А. Медведевым, который активно обсуждался в СМИ и социальных сетях; при этом мнения об этом событии были прямо противоположны – от резкого осуждения до восхищения человечностью президента, его близостью с народом [Антонова 2011: 21–22].

Конкретные события с участием зарубежных политиков, получившие широкий общественный резонанс, тоже активно отражаются в российских СМИ.

Особую актуальность с января 2013 г. приобрела, например, тема о российском гражданстве французского актера Жерара Депардье.

Важно подчеркнуть, что многие из этих текстов только формально посвящены Ж. Депардье. Содержание текстов о „неполитике” Ж. Депардье, а также активное обыгрывание его имени и фамилии дают основание отметить важную особенность СМИ: поскольку политическая жизнь – центральная тема в них, действия различных субъектов нередко обсуждаются и оцениваются в их отношениях с политическими событиями и субъектами. Именно поэтому в подобных случаях разнообразные формы игры используются для выражения негативной оценки даже не самого “героя” событий – Ж. Депардье, личность которого воспринимается скорее всего иронически, а

действий российских властей и прежде всего президента В. Путина. Ср.: *Дело, конечно, не в Жёпардьё, а в Путине. Он позвал, он дал гражданство, он лично вручил паспорт и даже попытался обнять необъятного артиста (зрелище было жуткое).* (МК 9.1.2013) (Окказиональное слово в этом примере рассматривается далее в работе.)

Особо следует отметить активность текстов юмористического характера, например, фельетонов о российском гражданстве Ж. Депардьё.

Один из таких текстов *Всё, что желал Жерар. Как нам обустроить Россию под Депардьё* (МК 22.5.2013), в котором представлена безмятежная жизнь в г. Саранске, где в подаренной ему квартире обосновался Ж. Депардьё после получения российского паспорта.

Яркая ирония содержится и в тексте *Новый тандем Путин-Депардьё: Россия в опасности!*, в котором „намекается” на внедрение шпиона Ж. Депардьё в российскую политику: *На каждом шагу нас как подстерегали, так и подстерегают шпионы и агенты. И лично я бы не стал исключать версии, что чудесное получение Депардьё нашего гражданства, которого возжелает все прогрессивное человечество, – это хитро спланированная операция по внедрению. То, что не удалось крестоносцам из фильма Эйзенштейна и армии кавалера ордена Святого Апостола Андрея Первозванного (он же – корсиканское чудовище Наполеон Бонапарт), возможно, поручено деятелю французского буржуазного кинематографа.* (МК 4.1.2013)

Приведем и отрывок из текста *Постой-ка, брат мусью* (Итоги 14.1.2013), в котором общей иронической окраске способствует и „игра в русскость” – игровые номинации Ж. Депардьё: *Весельчаки из Тюменского театра, предложившие Жерару-Ксавье Марсельевичу Депардьё должность премьеры в труппе с завидным окладом в 16 тысяч рублей и возмож-*

ностью добрать на доплатах, антрепризах и чесе по рай-центрам аж до 25 тысяч, в своей шутке были недалеко от истины. И то ведь сказать – а чем еще заниматься в России новому ее гражданину? <...> И со всех сторон будут тянуться с рюмками коллеги-доброхоты и поклонники: «Ну, Жерарушка, за искусство!» Учитывая природную склонность, развитие сюжет получит естественное – не он первый, не он последний в истории русского театра... (Итоги 14.1.2013)

Темой для обсуждения и иронических комментариев могут быть различные нелепые и смешные ситуации с участием известных людей, в том числе важных политических субъектов.

„Главным поставщиком” нелепых, смешных и скандальных историй в недалеком прошлом считался президент США Д. Буш-младший. Среди самых известных эпизодов с его участием – Д. Буш сделал массаж А. Меркель на саммите в Санкт-Петербурге, Д. Буш на велосипеде наехал на полицейского в Шотландии, Д. Буш подавился крекером в Белом доме, Д. Буш уклонился от брошенного в него ботинка в Багдаде и т. д.

Эти и другие скандальные ситуации с участием Д. Буша не только стали предметом активного обсуждения и осмеивания в СМИ и интернете, но и вызвали разного рода „невербальные” реакции. Например, инцидент с ботинком привел к росту доходов производителя обуви, в Иране стали проводить соревнования по метанию ботинок в президента США и т. д.

Говоря о нелепых эпизодах с известными личностями, нельзя не упомянуть М. Саакашвили и „эпизод с галстуком”: *В августе 2008 года, во время “пятидневной войны”, кадры, когда президент Грузии Михаил Саакашвили, разговаривая по телефону, нервно жует галстук, обошли весь мир и были предметом бурного обсуждения в социальных сетях. Сам президент Грузии достаточно спокойно относится к “шуткам вокруг галстука”, более того, сам периодически возвращается к этой теме. (МК 2.9.2011)*

Периодически возвращаются к этой теме и СМИ, и политические противники М. Саакашвили. Например, в знак протеста против его назначения губернатором Одесской области, жители Одессы развесили по всему городу галстуки с надписями „Для Миши”. (МК 30.5.2015)

Красноречивой „невербальной” реакцией против действий М. Саакашвили, в том числе против его зависимости от США, стал памятник (правда, из папье-маше), который поставили ему в Одессе – на пьедестале стоял чернокожий мужчина, похожий на Б. Обаму, ведущего на поводке человека с галстуком во рту. (МК 17.8.2015)

К нелепым историям „одесского периода” М. Саакашвили можно отнести и эпизод с носками, ставший предметом осмеивания в СМИ. Ср. об этом: *Глава Одесской области Михаил Саакашвили опять отличился. На этот раз не каким-нибудь «бе-бе-бе», а «офигительными штанами», как поет Шнур в знаменитой песне. На сцену форума «Движение за очищение Украины» в Днепрпетровске 20 марта одесский глава вышел в заправленной в носок штанине брюк.* (МК 21.3.2016); *Пользователи предполагают, что одесский губернатор прибыл на форум на велосипеде (в носок заправлена правая штанина – со стороны велосипедной цепи), или что Саакашвили следовал инструкциям Государственного департамента США.* (Труд 21.3.2016)

Поведение М. Саакашвили дает основание представить его как „иномерного политика”, например, в работах Е.П. Соколовой [Соколова 2011].

Следует отметить, что сами политики довольно часто дают повод для активного обсуждения их поступков, втягиваясь в скандалы разного рода.

Говоря об этом, нельзя не обратить внимание на лидера ЛДПР В. Жириновского, героя множества скандальных ситуаций, снискавших ему славу „главного клоуна” в российской политике. Самые известные среди них – скандал с Б. Немцовым на телевидении, массовая драка в Госдуме в 2005 г., скандал с

А. Пугачевой и т. д. Ср. об этом: *Если попытаться хотя бы одним предложением описать каждую из выходов, скандальных заявлений и прочих происшествий за все годы нахождения Владимира Жириновского в политике, на это потребовались бы многие сотни, если не тысячи исписанных компьютерных листов.* (Нез. газета 7.3.2017)

В то же время нередко отмечается, что В. Жириновский в поисках популярности только притворяется клоуном. Например, в тексте *Фрондер, скандалист и талантливый политик. Три десятилетия более чем успешного манипулирования общественным мнением* (Нез. газета 7.3.2017) анализируется отражение в СМИ поведения В. Жириновского в рамках десяти лет (2007–2016), которое позволяет считать, что он – талантливый шоумен, успешно манипулирующий обществом.

Как известно, важные политические субъекты находятся под пристальным вниманием как граждан, так и СМИ, причем особый интерес для тех и других представляет „частная” жизнь этих субъектов, нередко – подробности их личной и семейной жизни, материального положения и т. д.

Тексты, посвященные личной жизни известных людей, появляются довольно часто, причем не только в „желтых” изданиях, и представляют особый интерес для широкой аудитории. Приведем в качестве примера отрывок из текста *Жестокый роман Ельциных*, в котором, как указано в подзаглавии, раскрываются „брачные тайны клана Б.Н.”: *В семье каждого человека есть свой скелет в шкафу. Семья первого Президента России – не исключение. Когда-то безупречная чета Ельциных не смогла уберечь старшую дочь от опрометчивого замужества. Спустя годы в эти же сети попала и внучка Бориса Николаевича. Почему даже сегодня Елена Окулова скрывает информацию о своем первом браке? А ее дочь Екатерина до сих пор не разглашает фамилию своего супруга? Репортеры “МК” приоткрыли завесу тайны над личной жизнью двух ближайших родственниц первого президента России.* (МК 3.4.2007)

Внимание СМИ нередко направлено и на внешность политических субъектов. Ср., например текст *Почему Меркель так скучно одета* (Газета.ру 3.8.2017), в котором, кроме всего, уделяется внимание семье, детству, воспитанию А. Меркель.

Интересные наблюдения над изображением женщин-политиков в СМИ есть в работе Е.Б. Матыгиной. По ее мнению, во-первых, фигуры женщин-политиков вообще освещаются в меньшей степени, во-вторых, их портреты создаются с учетом гендерных ожиданий, в-третьих, их внешность – одежда, рост, вес, прически и т. д. описываются чаще, чем их деловые качества [Матыгина 2011: 183].

Добавим заглавия текстов, посвященных личной жизни российских и зарубежных политиков: *Первая «первая леди»*. За что советский народ не любил *Раису Горбачеву* (АФ 05.01.2017); *Наследство и наследие Бориса Немцова: два года после убийства* (МК 26.2.2017); *Что писала Хиллари Клинтон в своих личных письмах* (Собеседник 2.12.2015); *Плечо Асада*. За что сирийцы любят свою первую леди? (АФ 14.10.2015)

Личная жизнь В. Путина тоже представляет особый интерес, и не только для россиян. Как известно, в СМИ периодически появляются тексты о жене В. Путина и разводе с ней, об его дочерях, об его тайном втором браке и т. д.

В последнее время СМИ уделяют много внимания внукам В. Путина, о которых он говорил в интервью. Например: *Дедушка Путин впервые рассказал о своих внуках* (МК 10.6.2017)

Один из текстов последних дней: *Дорог нам Путин женатый или милей холостой?* (МК 25.8.2017), в котором обсуждается, какой образ В. Путина ближе русскому народу: *Поэтому образ Путина-«неподкаблучника» завоевал множество мужских сердец – как пример и символ мужской свободы. Для женщин он остается условно-доступным – то есть, даже понимая, что в реальной жизни может никогда не увидеть президента живьем, каждая гражданка подсознательно соизмеряет Путина с собой – ведь он не женат!*

Много шума наделала любовная история нового президента Франции Э. Макрона, тем более что именно она, как считают анализаторы, в немалой степени способствовала его победе. Подробности этой истории являются темой большого количества текстов. Ср.: *Со времен Карлы Бруни первая леди Франции не привлекала к себе такого внимания. И, возможно (как и в истории с Бруни и Саркози), именно «история любви» принесла победителю президентских выборов какую-то часть голосов избирателей.* (АФ 8.5.2017)

В то же время СМИ редко упускают возможность обратить внимание на жену Э. Макрона и прежде всего на ее возраст: *Тайны французской любви: Макрон женился на своей школьной учительнице* (МК 24.4.2017); *Психолог объяснила женитьбу Макрона на французженке 24 годами старше* (МК 24.4.2017); *Эммануэль и Биби. История любви нового президента Франции* (АФ 8.5.2017); *И четверть века не помеха. Эммануэль Макрон 10 лет женат на своем учителе* (АФ 14.2.2017)

2.4. Производность ключевых имен

Язык как сложная динамическая система постоянно развивается, обогащая свой словарный состав новыми единицами. Появление новых словообразовательных моделей, активизация словообразовательных основ – часть важных процессов, протекающих в современном русском словопроизводстве.

О появлении новых слов Л.В. Рацибурская, Н.А. Самыличева и А.В. Шумилова пишут следующее: „Новые номинации – это возникающие в речи зафиксированные в определенной своей части в языке фрагменты национально-культурной памяти современной России. Они отражают внеязыковые, экстралингвистические данные, соотносимые с определенным историческим периодом в жизни людей, их культурной и социальной принадлежностью. Они составляют содержание

национального самосознания, являются знаковыми элементами национального менталитета.” [Ращибурикая 2014: 150-151].

Специального внимания в этом плане заслуживают КС. Как подчеркивает Н.С. Валгина, социально значимые слова эпохи, семантика которых отражает политические и социально-экономические изменения в стране, особенно активны в качестве словообразовательных основ [Валгина 2003: 153].

Активизация деривационного потенциала КС не раз уже была предметом изучения [см. Костомаров 1994, Земская 1996, Валгина 2003, Радбиль 2014 и др.], в том числе в сопоставительном плане [Зозикова 2012].

Для КИ тоже характерна активизация деривационного потенциала, и это отмечают многие авторы.

Так, Н.С. Валгина относит собственные имена к тем основам, которые обнаруживают высокую степень продуктивности [Валгина 2003: 153].

Е.А. Земская тоже уделяет внимание собственным именам, которые активно вовлекаются в словопроизводство в качестве базовых основ, порождая целые серии производных разной структуры и семантики [Земская 1996:99]. Ср. *ельцинист, ельцинизм; лужковец, лужковка* и т. д.

Е.А. Земская отмечает, что «усиление личностного начала как характерная черта нашего времени находит специфическое выражение в сфере словопроизводства. <...> Шире всего используются фамилии (имена – реже) политических и общественных деятелей. Естественно, что наиболее употребительны наименования сторонников и противников этих лиц.» [Земская 1996: 99].

Кроме того, по ее мнению, „достаточно активные в медиатекстах новообразования в контекстных употреблениях выражают различные коннотативные оттенки – негатив, агрессию, презрение, враждебность и др.” [Земская 2007: 130].

Многие производные слова, образованные от имен актуальных политических субъектов, пополняют в наши дни общественно-политическую лексику новыми единицами, другие остаются на грани или в рамках окказионального, которое рассматривается дальше.

КИ становятся основой слов, принадлежащих к различным частям речи – среди них множество существительных с различными суффиксами и прилагательных, а наречия и глаголы скорее всего единичны.

Специально нужно отметить активность производных от КИ существительных, называющих сторонников, последователей российских политических лидеров, с продуктивными суффиксами *-ец, -ист*: ... *”АиФ” – газета для всех, нас читают приверженцы всех политических взглядов: и **путинцы**, и **зюгановцы**, и “яблочники”, и др.* (АФ 29.3.2000); ... *и констатирует, сравнивая прежний и нынешний кабинеты министров, что «первое серьезное испытание продемонстрировало то, что «медведевцы» пока явно уступают «путинцам» в эффективности».* (АФ 14.11.2012); *200 тысяч **путинцев** у стен Кремля* (Труд 6.3.2012); *Говорят, что пришедшее на смену **гайдаровцам** более ухватистое поколение управленцев было на корню скуплено и развращено олигархами.* (АФ 3.7.2012); *Вместе с тем, считает Марков, успех **жириновцев** не означает провал **зюгановцев**.* (МК 19.9.2016); *Ранее выдвигались мнения о том, что Генпрокуратура таким образом проводит зачистку московского ведомства от «**лужковцев**».* (АФ 14.7.2011); *Итог: только горстка самых романтически яростных **ельцинистов** сегодня в состоянии считать те выборы честными.* (МК 28.4.2013)

Фамилии зарубежных политиков тоже можно отнести к продуктивным основам: *Новый украинский Кабмин – удивительное зрелище! Столько «**кучмистов**» в одном месте, словно на дворе какой-нибудь 2002 год.* (МК 14.3.2010); *Тогда Саакаш-*

вили был еще нужен Порошенко, и конфликт погасили, заставив одесских **“порошенковцев”** потесниться – правда, вовсе не в тех масштабах, как на это рассчитывал сам Михаил Николаевич. (Огонек 14.8.2017); Почему они помалкивали до сих пор, с чего бы вдруг ударились в интимные воспоминания, да еще хором, именно сейчас, когда косяком каждый божий день пошли разоблачения Клинтонов и **клинтонистов** на WikiLeaks? (МК 25.10.2017); Но действительно ли **«трампистов»** обманывают? Относятся ли они к страдающему рабочему классу, который не понимает, почему ему больно? (Нез. газета 18.08.2015)

Внимания заслуживают и существительные с суффиксом -изм, обозначающие чаще всего качества, склонности, действия или состояния, связанные с производящим именем: Вместе с тезисами Зюганов обнародовал свое обращение к народу, в котором очередной раз лягнул **“ельцинизм”** с его олигархами и приватизацией. (МК 10.2.2000); Сегодня все серьезные американские аналитики сходятся на том, что новой модели политического лидерства, методом проб и ошибок утвердившейся за годы правления Клинтона и уже получившей хлесткое определение **“клинтонизма”**, в сегодняшних политических реалиях США практически нет альтернативы. (Нез. газета 21.03.2000); Отмечающий свой юбилей президент Буш – это часть американского прошлого. Но вот **«бушизм»** – авантюризм, эмоциональные и непродуманные действия в сфере внешней политики – это, к сожалению, американское настоящее и американское будущее. (МК 5.7.2016)

Высокой частотностью отличается слово **трампизм**, что, на наш взгляд, связано с актуальностью производящей основы и актуальностью темы политики Д. Трампа на посту президента: **Трамписм** стал реальным фактором американской политики, с политико-идеологической точки зрения его можно рассматривать как американский аккорд в общей тенденции на национал-консерватизм, своеобразный американский протео-

налог евроскептицизма. (Нез. газета 16.11.2016); *Так что **трампизм**, возможно, пойдет схожим путем; на самом деле он приведет к снижению производства, несмотря на большой шум по поводу спасения нескольких сотен рабочих мест тут да там.* (Нез. газета 06.02.2017)

Прилагательные от фамилий российских политиков чаще всего образованы с суффиксом *-ск.*: *Но при более детальном рассмотрении нетрудно заметить, что многие **медведевские** инициативы либо объективно выгодны партии власти, либо не предполагают столь уж радикальных перемен.* (Власть 16.1.2012); *Говорят, что элита первого, романтического (**гайдаровского**), призыва попросту не знала, как выводить страну из коммунизма.* (АФ 3.7.2012); *Напомним, что в **ельцинскую** эпоху им для этого хватило четырех лет.* (Власть 16.1.2012)

Приведем и примеры с прилагательными, производными от фамилий зарубежных политиков: *Экономический прессинг демонстрантов, неподъемные по местным меркам штрафы за участие в «несанкционированных митингах» – тоже испытанное оружие **лукашенковского** режима.* (НВ 18.6.2012); *Ведь несмотря на разницу в убеждениях, характере и темпераменте, и Мадуро, и Каприлес обречены проводить **чавесовский** курс как в политике, так и в экономике.* (Итоги 15.4.2013); *Парламентарии Ирака – страны, которая вошла в черный список **трамповской** администрации, – высказались за зеркальный ответ.* (Нез. газета 31.1.2017); *Вспомним недавний **трамповский** меморандум и что он сказал относительно ПРО.* (Нез. газета 10.02.2017)

Яркой иллюстрацией производности как важной характеристики КИ может служить словообразовательная активность фамилии *Путин*, которую доказывают и приведенные выше примеры.

Рассматривая активность слов, производных от ключевого онима *Путин*, И. А. Нефляшева подчеркивает, что словообра-

зовательное гнездо с вершиной *Путин* включает 39 единиц, прежде всего окказиональных. Этот факт доказывает, что вокруг локализованных очагов (ключевых слов текущего момента) происходит быстрый, лавинообразный процесс роста производных [Нефляшева 2008: 62].

На наш взгляд, важно отметить здесь период, который ис-следует автор – лавинообразный рост производных наблюдается в начале 2000-ых гг., в период первого и второго президентского срока В. Путина. В последние годы, как мы увидим дальше, словообразовательная активность КИ *Путин* ниже, что можно объяснить рядом причин.

К уже приведенным примерам с производными существительными *путинец*, *путинист* добавим следующие: *Верным путинцем молва считает и еще одного нового замглавы кремлевской администрации Александра Беглова.* (МК 13.5.2008); *По оценкам социологов, «твёрдые путинцы», готовые ради него голосовать даже за теряющую популярность партию, составляют менее четверти избирателей.* (АФ 20.3.2013); *Венгерский премьер Виктор Орбан, носящий на Западе прозвище последнего «путиниста» Европы, приехал в Москву спустя ровно год после визита в Будапешт Владимира Путина.* (МК 18.2.2016)

Среди производных прилагательных первое по частотности место занимает *путинский*: *Еще недавно полагала, что путинское правление напоминает античный театр.* (Газета.ру 15.11.2011); *Вот уже не первое десятилетие меняющий важные посты в структурах власти Шувалов – плоть от плоти путинской системы власти.* (МК 24.2.2012) *На Западе считают, что им удалось не просто нащупать «ахиллесову пяту» путинской России – ее экономику.* (МК 15.1.2015)

Как показывает огромное количество примеров, в последние годы налицо не только возросшая активность этого прилагательного, но и необычайно расширенная его сочетаемость с

существительными с различным значением: *Правда, как сообщил замглавы **путинского штаба** Алексей Анисимов, помимо митинга на Манежной они собираются согласовать и шествие по Тверской улице.* (МК 10.2.2012); *Что бы про них ни писали, их большинство. **Путинское большинство.*** (Труд 6.3.2012); *Основываясь на беседах с видными деятелями **путинской свиты**, могу вас заверить: сегодня в Кремле видят российскую элиту именно так.* (МК 4.3.2013); *Недостает в **путинской душе** того самоценного, самодовлеющего адреналина, который только и дает подлинному властителю сладостное ощущение пребывания на своем законном месте в мировой истории.* (МК 7.9.2012); ***Путинский Кремль** функционирует сейчас в рамках сужающегося коридора возможностей.* (МК 22.6.2017); *Эту фразу – «Я на сегодняшний день против» – стоит расценивать как главный **путинский сигнал**, посланный в Вашингтон. Остается только понять: оценят ли **путинскую сдержанность** и **путинское миролюбие** в американской столице?* (МК 31.7.2017)

Некоторые словосочетания с прилагательным *путинский*, как показывают данные выше примеры, можно отнести к окказиональным, игровым – в них есть нарушение стандартной, нейтральной сочетаемости слов.

Исключительную активность, начиная с 2011–2012 гг., демонстрируют производные от фамилии *Путин* прилагательные с приставками *про-* и *анти-*: *Развязанная оппозиционными СМИ и советчиками из известных посольств **антипутинская истерия** привела не к размыванию «путинского большинства», а, наоборот, к его сплочению.* (Труд 6.3.2012); *Кто выступал и кто слушал на пропутинском митинге* (МК 6.2.2012); ***Пропутинский** и **антипутинский** прогноз. Каким будет курс рубля в январе, феврале и марте* (МК 4.1.2015)

Внимания заслуживают и существительные *пропутинец* и *антипутинец*. В их активности, как и в активности прилага-

тельных с приставками *про-* и *анти-*, можно видеть яркое отражение противопоставления сторонников и противников В. Путина в современной России.

Отметим особо возросшую активность этих слов в нарративе президентских выборов в 2011–2012 гг. – именно в ситуации выборов (к которой относим предвыборный период, сами выборы, а также период объявления и осмысления результатов), как уже было отмечено, усиливается противопоставление в обществе. Например: *Что ж, пусть **антипутинцы** говорят и митингуют. Но связывать будущее России стоит с другими людьми.* (Труд 6.3.2012); *Германия устала от Меркель: на ее место прочат **антипутинца** Шульца* (МК 9.3.2017); *Я не была в субботу на Болотной, но присутствовала на прошлом митинге на проспекте Сахарова. И мне сразу бросилось в глаза, что акции **пропутинцев** и **антипутинцев** отличаются не только потому, что на одной защищают премьера, а на другой – критикуют его.* (МК 6.2.2012)

Приведенные выше производные, как и множество других производных от фамилий политических субъектов, дают основание говорить о том, что некоторые субъекты оставляют яркий след в языке (разумеется, не только в производных словах). Об этом пишет Г. Слышкин: “Язык фиксирует всю сложную гамму отношений членов социума к государственному деятелю: уважение, преклонение, насмешку, страх, ненависть. Языковой след, в отличие от всех прочих, не поддается фальсификации и не может быть сделан “на заказ”. Он правдиво демонстрирует то, что видели в государственном деятеле его современники и последующие поколения.” [Слышкин 2004].

Свой след в языке бесспорно оставит и Д. Трамп. По нашим наблюдениям, за считанные месяцы его фамилия стала основой множества новых слов, прежде всего существительных, среди которых много окказиональных или находящихся на грани окказиональности.

Например: *Как считают некоторые наблюдатели, Кремль в первую очередь ждет каких-то **трамповских** шагов по ослаблению или отмене санкций.* (МК 21.2.2017); *Найдется ли у Трампа достаточное количество «**трампистов**» – единомышленников не по названию, а по существу?* (МК 9.11.2016)

В связи с этим обратим внимание на мнение В. Соловьева, автора текста *Трампотня* и *трампизмы*, который пишет о *трампизации* – активизации фамилии *Трамп* в качестве основы для создания новых слов, в том числе окказиональных: *Именно в связи с Трампом – его мощным вторжением не только в американский, но и в другие языки, включая русский. До такой степени, что можно говорить о **трампизации** мировой новоречи – столько вошло в нее новых слов с корнем «**трамп**» либо с его пародийным, слегка искаженным перифразом.* (МК 14.10.2016)

По нашим наблюдениям, словообразовательное гнездо с вершиной *Трамп* занимает первое по значимости место в деривационных процессах наших дней.

Это, на наш взгляд, можно объяснить экстралингвистическими причинами. Во-первых, важную роль в активном употреблении таких слов играет злободневность СМИ, их интерес к новому, актуальному. Этим можно объяснить и отмеченный уже факт, что Д. Трамп в определенный период „затмил” своей популярностью даже В. Путина. Следует учитывать и „свежесть” фамилии *Трамп* для медиадискурса, в то время как фамилия *Путин* уже несколько лет демонстрирует свой деривационный потенциал и несколько лет активно обыгрывается (так или иначе, есть, наверное, какой-то предел, какое-то насыщение даже яркими единицами).

Кроме того, стоит обратить внимание и на лингвистический облик фамилии *Трамп* – ее краткость и звучность, а также ее „непривычность” для русского языкового сознания. Ср. об этом из уже упомянутого текста В. Соловьева: *И то правда,*

сама фамилия у него на редкость удачная – краткая, лапидарная и полисемичная, а не сам только ее носитель, который, будучи эксцентрик и эгоцентрик, всячески выпячивает свое суперэго, присваивая свое имя всему, что создал или купил...
(МК 14.10.2016)

2.5. Онимичность ключевых имен

Одна из характерных особенностей КС – их **онимичность**, т. е. использование в качестве названий. Об этой способности ключевых слов текущего момента говорит Т.В. Шмелева [Шмелева 1993: 33].

Довольно часто КС становятся антропонимами, топонимами, зоонимами и фитонимами, еще чаще – хремотонимами (названиями объектов материальной культуры), эргонимами (названиями организаций, учреждений, предприятий, заведений) и даже астронимами (названиями небесных тел) и т. д. (Подробнее о типах онимов см.: Гарвалик 2007).

Онимичность является важной чертой и многих антропонимов, которые относятся к КИ.

Как известно, именами политиков и вообще известных людей назывались люди, объекты и предметы все времена, причем нередко без ведома и разрешения их носителей. Более того, в некоторых странах, например, в азиатских республиках, культ главы государства, некоторая его „сакральность”, – часть национальной культуры, выражающаяся, кроме всего, и в онимичности.

Эта традиция живет и в наше демократическое время – имена важных субъектов активно используются в онимической функции как в России, так и в других странах.

На первый взгляд, это можно считать по крайней мере странным, если учитывать стремление современного демократического общества отграничиться от прошлого, отвергнуть все

старое, в том числе кумиров. Вспомним в связи с этим характерные для тоталитарного времени многочисленные объекты, например, „имени Ленина”.

Однако анализ материала, связанного с данной темой, позволяет говорить о неожиданной активности современных КИ в онимической функции.

Приметой времени можно считать, на наш взгляд, коммерциализацию этого процесса. Она проявляется в том, что КИ очень часто называют различные товары (продукты, напитки, сигареты, одежду и т. д.), превращаясь в торговый брэнд.

Иногда присвоение имени является знаком уважения к этим субъектам. „Красивым” подтверждением этого можно считать, например, новый сорт орхидей с листьями фиолетового оттенка – сингапурские власти подарили его канцлеру А. Меркель, которая любит этот цвет.

Разумеется, имя политика можно давать не только в знак уважения и любви, а наоборот, в знак нелюбви. Ср. об этом в тексте *Рыжих котов и кошек в России называют «Чубайсами»*. Отметим и любопытную реакцию самого А. Чубайса, о которой сказано в тексте: *Несмотря на критику его деятельности со стороны населения, Анатолий Чубайс гордится своей популярностью, о которой говорит хотя бы тот факт, что рыжих котов в России по-прежнему называют «Чубайсами». По словам бывшего главного энергетика страны, он не хочет, чтобы его именем называли электростанции и улицы: «У меня более скромные амбиции, чем у Димы Билана. Мне достаточно любимых рыжих котов, которых называют Чубайсами, меня это вполне устраивает».* (АФ 21.1.2014)

Говоря об использовании КИ для именованя людей, как название различных объектов, продуктов и т. д., нужно отметить, что и здесь „пальма первенства” принадлежит слову *Путин*.

Как нередко подчеркивается, использование фамилии *Путин* является доказательством уважения и любви к нему: *В*

России началась массовая “путинизация”. На Алтае появился колхоз им. Путина. А в столице Марий Эл решили не размениваться по мелочам. Если уж радовать Владимира Владимировича, то целой улицей. Уже в начале следующего года на берегу реки Кокшаги и появится улица им. Путина! (МК 20.7.2007)

Фамилией Путин называют детей. Так, египетский журналист и переводчик М. Мухтар, житель Каира, дал своему новорожденному сыну имя Путин – в честь российского президента Владимира Путина. (МК 1.6.2016)

В честь президента России семья из Таджикистана, проживающая во Владимирской области, решила дать имя Путин годовалому сыну Расулу (Огонек 20.2.2017)

Ср. об этом: *Проживающая во Владимирской области семья выходцев из Таджикистана приняла необычное решение – назвать своего сына Путин, притом что малышу уже два года. При рождении мальчика назвали Расул, но недавно семья посоветовалась и подала заявление в ЗАГС о смене имени. Чиновники удовлетворили просьбу, теперь полное имя ребенка – Путин Джахонгирович Джурсаев. Как сообщается, инициатором дать малышу новое имя стал его дедушка – большой поклонник президента РФ.* (МК 12.1.2017)

Именем В. Путина назван колхоз во Владимирской области: *Зарегистрировать предприятие “Имени В.В. Путина” было несложно. “Мы с юристами посоветовались, – рассказывает Григорьев, – они нам и сообщили, что Жириновский, к примеру, это бренд, товарный знак, его именем ничего назвать нельзя. Да нам он и не нужен! А вот Владимир Владимирович как бренд не зарегистрирован, поэтому его именем свободно называют улицы, проспекты, фонтаны, горные вершины или вот сельскохозяйственные предприятия”.* (Огонек 29.4.2013)

За рубежом тоже можно найти материальное выражение уважения к В. Путину.

В 2011 г. в Киргизии появился “*Пик Владимира Путина*”, высота которого составляет 4446 метров.

Жители сербской деревни решили переименовать населенный пункт в *Путиново* в честь президента России В. Путина. Теперь они с гордостью называют себя „*путиновцами*”.

В небольшом сербском городе Крагуевац открыли кафе-бар «*Путин*». Заведение оформлено в русском стиле, а его владелец уверен, что таким образом поддерживает русско-сербские связи. (КП 8.2.2016)

Как сообщает болгарская газета, кафе „*Путин*” открылось и в столице Киргизии Бишкеке. В его интерьере есть разные предметы, связанные с президентом России, а на футболках официантов есть надпись „Учтивые люди” – каламбурный иронический намек на конкретные политические события. (Монитор 19.10.2014)

Элемент шутки, на наш взгляд, можно найти и в некоторых „съедобных” проявлениях любви к В. Путину.

На фестивале «Праздник шоколада» в Петербурге российскими кондитерами был представлен „Шоколадный Путин” – скульптура В. Путина в полный рост: „*Мы просто решили отлить скульптуру Владимира Владимировича в натуральную величину. Мы посмотрели в открытых источниках и выяснили, что наш президент весит около 70 кг и рост у него около 170 см*», – сообщил один из организаторов фестиваля Михаил Лобченков. Также он добавил, что готовится заявка в Книгу рекордов Гиннеса. Шоколадный Путин улыбается и показывает большой палец, а у его ног сидит шоколадная собака. (Газета.ру 28.11.2015)

Популярностью у покупателей пользуются и шоколадки с изображением В. Путина. В серию «Президент» вошли шоколад «Нежный», «Горький», «Добрый». Любопытно отметить, что выпускает такой шоколад Липецкая кондитерская фабрика Roshen, принадлежащая П. Порошенко.

Все это позволяет считать, что слово *Путин* давно превратилось в успешный торговый брэнд. При этом, как отмечается в многочисленных материалах интернета, рекламирующих образ В. Путина, „двигателем торговли” может быть и любовь, и ненависть к В. Путину, но чаще – известность, узнаваемость.

В связи с этим можно отметить слова пресс-секретаря президента России Д. Пескова о том, что В. Путин не одобряет коммерциализацию своего образа, но, несмотря на это, производители продолжают выпускать товары с его изображением (vesti.ru).

Среди множества напитков, названных в честь политиков, самым популярным считается водка „*Путинка*”.

Интересные наблюдения над связью В. Путина с названием водки находим в тексте *Will Russia's Putinka Outlast the President? Переживет ли российская “Путинка” президента?* (Коммерсантъ 30.05.2007): *Водка “Путинка” – самый известный из целого ряда брэндов, прямо или косвенно ассоциируемых с фамилией президента, от консервированных баклажанов до пивных сэндов и пирожков. Немногие из брэндов настолько близко связывают себя с лидером нации.*

Как отмечается в тексте, владелец торговой марки „Путинка” действительно рассчитывал на популярность президента, но избежал ограничений, накладываемых на использование имен собственных в качестве торговых марок, поскольку слово „Путинка” все же не фамилия президента и, кроме того, его можно связать со словом *путина*.

Говоря об онимичности имен политиков, отметим, что американским президентам тоже „повезло в этом плане”, хотя и в разной степени. Множество данных об этом можно найти в материалах интернета.

В честь Д. Буша-старшего, например, был назван авианосец.

Фамилию Д. Буша-младшего в 2005 г. присвоили новому виду жуков. В связи с этим можно привести данные, что около

24000 животных, растений и микроорганизмов носят имена известных политиков и других знаменитостей. Среди них не только упомянутый жук *Буша*, но и лягушка *принца Чарльза*, названная в его честь за благотворительную деятельность, направленную на защиту фауны тропических лесов.

В честь президента Б. Обамы названы лишайник, два червя-паразита, вымершая ящерица, новый вид рыб в Тихом океане.

Специального внимания заслуживает фамилия *Трам* – став КИ сравнительно недавно, она уже активно используется в онимической функции.

Любопытно, что фамилию *Трам* уже присвоили сотням компаний в России: *Повышенный интерес к персоне избранного президента США Дональда Трампа обнаружился не только у российских политиков, но и у предпринимателей. Правда, отечественные бизнесмены страдают особой формой «трампомании». У них стало модным называть свои фирмы – чем бы те ни занимались – фамилией миллиардера. <...> Зато бизнесмены честно признаются, что решили дать своим компаниям такое название вовсе не просто так. Сработал психологический принцип «как вы лодку назовете, так она и поплывет». Правда, как показывает статистика налоговиков, далеко не для всех имя успешного предпринимателя и политика стало путевкой в мир миллиардов и верхних строчек в топе самых богатых.* (МК 9.11.2016)

Конкретных проявлений любви к Д. Трампу довольно много. Ср. об этом в тексте *Как пройти на улицу Трампа? По России «шагает» имя нового президента США: Победа Дональда Трампа на выборах в США настолько вдохновила россиян, что это имя сразу пошло в народ. Его дадут животным, новым блюдам и даже предлагают увековечивать в названиях улиц.* (АФ 22.11.2016)

Нередко в конкретных проявлениях отношения к Д. Трампу можно найти элемент креатива как проявления типично

русского юмора. Ср.: *«Когда я узнала о результатах выборов в Америке, то, честно говоря, обрадовалась, – рассказывает Раиса Иванова. – Ведь Трамп за дружбу с Россией и против войны, в отличие от этой ненормальной Клинтон. Поэтому и решила назвать собачку Трампом. Сейчас он тоже очень миролюбивый и не кусается»*. <...> С недавних пор на одной из ферм региона живёт молодой бычок, которого тоже назвали в честь 45-го президента США. В этом случае на выбор имени повлияла строптивость животного. Говорят, что он такой же упрямый, как и американский миллиардер. *«Очень удобно. В случае если Америка опять начнёт себя плохо вести, всегда можно дать Трампу пинка»*, – иронично прокомментировал эту новость один из пользователей соцсетей. <...> А вот в Рязани некоторые люди предлагают пойти ещё дальше. На днях местный житель Денис Клеменков разместил в интернете петицию, в которой призывает переименовать в честь избранного президента США городскую улицу 2-я Безбожная. Не исключено, конечно, что автор петиции просто хотел пошутить. Во всяком случае, многие люди это именно так и восприняли. *«Всецело поддерживаю! А Рязань переименовать в Дональдград»*, – написал Георгий Вихров. Но самое главное, что нашлись и те, кто воспринял предложение на полном серьёзе. *«Вы хотя бы подождали каких-то действий от Трампа. Если первым, что он сделает, будет ужесточение санкций, будете выглядеть болванами»*, – написал Юрий Трампенко. (АФ 22.11.2016) (Стоит отметить здесь, что Д. Трамп уже подписал указ о расширении санкций против России, поэтому можно ожидать новые эмоциональные комментарии.)

Элемент креатива есть и в новой монете с изображением президента США Д. Трампа, которую отлили в России. Ср. об этом: *Коллекционная монета-медаль с изображением 45-го президента США – размером с ладонь и весит целый килограмм. Она изготовлена из серебра 925-й пробы методом*

*художественного литья, то есть вручную. На обратной стороне – статуя Свободы на фоне звездно-полосатого флага и надпись **In Trump We trust**, основанная на игре слов в выражении **In God We Trust**, которое написано на долларах.* (Собеседник 6.2.2017)

О другом интересном случае сообщает „Независимая газета”: *А любовь русских к избранному президенту недавно выразилась в том, что Тульская сахарная фабрика начала выпускать свою сладкую продукцию с портретом Трампа на упаковке. Более того, ее генеральный директор хочет передать несколько коробок этого рафинада новому американскому президенту, поклонником которого является. Он надеется, что от этого отношения между Россией и Америкой станут слаще. Мол, вы там думаете, что россияне снег едят с голодухи от их западных санкций, так получите же из России сахарку.* (Нез. газета 18.1.2017)

Разумеется, креативность проявляют не только в России. Канадские ученые, например, назвали в честь Д. Трампа неизвестный вид моли, похожей на президента: *Группа исследователей под руководством канадского биолога и систематика Вазрика Назари выяснила, что моль коллекции Музея энтомологии Богарта относится к ранее неизвестному виду, и назвала этот вид в честь Дональда Трампа. Как объясняют авторы открытия, чешуйки на голове насекомого напоминают ставшую за последнее время знаменитой прическу избранного президента США.* (МК 18.1.2017)

Уже за пределами креативности, на наш взгляд, находятся идеи некоторых производителей. Как сообщает „Московский комсомолец”, в Мексике скоро появится туалетная бумага „Трамп”. По мнению производителя, это не издевательство над президентом, который собирается усилить контроль на границе с Мексикой и построить там стену: ... *он просто хотел, чтобы с именем Трампа у жителей Мексики были связаны не только*

негативные ассоциации, но и что-то забавное и смешное. Более того, бизнесмен намерен 30% от продаж туалетной бумаги отправлять организациям, поддерживающим мексиканских мигрантов. Пока рассматриваются два слогана для продвижения продукта: «Это та стена, за которую мы заплатим» и «Мягкость без границ». (МК 1.6.2017)

Как известно, широкой популярностью пользуется не только сам президент Д. Трамп, но и его жена Мелания, родившаяся в Словении. В своем стремлении привлечь туристов жители ее родного города стали выпускать разные продукты ее имени – появились торт „Мелания”, колбаса, мед, блюда из рыбы, вино и т. д. Можно надеяться, что эти продукты будут пользоваться спросом.

КЛЮЧЕВЫЕ ИМЕНА В ЯЗЫКОВОЙ ИГРЕ



3.1. Языковая игра

Одна из самых интересных языковых характеристик КИ – участие в языковой игре.

Языковая игра (ЯИ) – сложное явление, привлекающее внимание представителей различных научных дисциплин.

Интерес к сложному феномену ЯИ связан с некоторыми новыми идеями и аспектами в современной науке и конкретнее – с интересом к проблемам языковой личности или *homo loquens* (говорящего человека), а также с интересом к игре как элементу культуры.

Бесспорной можно считать значимость игры в качестве уникального феномена культуры, имеющего исключительно широкие практические приложения во всех сферах человеческой деятельности – в играх детских, военных, политических, психологических, гендерных, экономических, торговых, языковых и т. д.

Сам “феномен игры”, как подчеркивает Н.Д. Арутюнова, „является объектом всех наук, входящих в поле антропологии.” [Арутюнова 2006: 5].

Важное место в теории игры и языковой игры занимают труды голландского философа Й. Хейзинги и в первую очередь его знаменитая книга „*Homo ludens*”, к которой нередко относят начало использования термина *языковая игра*. Он подчеркивает, что игра является элементом любой культуры, она настолько

существенна, что позволяет любой культуре выглядеть как игра. Игра – это не “обычная” или “действительная” жизнь, а выход из нее с временным действием и собственной целью [Хьюйзинха 1982: 33].

Проявления ЯИ в различных типах текстов являются предметом множества исследований [Земская 1983; Гридина 1996, 2012; Санников 1999; Сметанина 2002; Норман 2006; Ильясова, Амири 2009; Сковородников 2010 и др.].

К классике российской теории ЯИ можно отнести вышедшие в конце XX в. монографии “Языковая игра: стереотип и творчество” Т.А. Гридиной [Гридина 1996] и „Русский язык в зеркале языковой игры” В.З. Санникова [Санников 1999]. Эти работы можно считать толчком к активному изучению ЯИ в начале 21-ого века.

В современных работах ЯИ понимается широко, как сознательное манипулирование языком, основанное на необычайном использовании языковых средств [Санников 1999: 37].

Б.Ю Норман трактует ЯИ как нетрадиционное, неканоническое использование языка, как ориентацию на скрытые эстетические возможности языкового знака [Норман 1987: 168].

Отметим, что в дефинициях понятия ЯИ у разных авторов можно найти довольно серьезные различия и даже противоречия. Впрочем, не лишены противоречий и многие критические комментарии существующих определений этого понятия.

С другой стороны, дефиницию ЯИ, отражающую максимально точно и полно (при этом – в сжатой форме) важнейшие характеристики такого сложного явления, едва ли можно предложить. Это подчеркивается у Т.А. Гридиной: „Многоаспектность существующих подходов к описанию языковой игры порождает мысль о невозможности дать ей однозначное определение. <...> Но нужна ли такая однозначность в объяснении сложных феноменов?” [Гридина 2012:3–4].

ЯИ все чаще связывают с креативными возможностями языковой личности. ЯИ как творческое устройство и динамический характер языковой системы связана с возможностью свободного, гибкого использования языковых средств; это способ реализации способностей языковой личности, творческий акт, демонстрирующий ее индивидуальный стиль [Подольская 2008: 44].

В.И. Шаховский пишет об ЯИ следующее: “Во всех коммуникативных ситуациях ЯИ всегда заметна, т.к. она всегда экспрессивна (прагматична). ЯИ – это всегда изобретение новых или замена старых знаков языка, иное их употребление, т.е. всегда языковое преобразование через отклонение от формальных правил, но в пределах речевой нормы. Что и делает её легко узнаваемой всеми русскоязычными коммуникантами.” [Шаховский 2006: 525].

Особого внимания требует вопрос о целях или функциях ЯИ, в частности, о функции создания комического эффекта, который считается очень важным, например, у В.З. Санникова [Санников 1999].

Б.Ю. Норман в книге «Игра на гранях языка», перечисляя целый ряд приемов для достижения юмористического эффекта, отмечает, что у ЯИ могут быть и более «возвышенные» цели, но в основном она нацелена на то, чтобы «позабавить собеседника, развеселить, рассмешить его» [Норман 2006: 8].

Пожалуй, именно связи ЯИ и комического/смешного – территория самых интересных рассуждений, которые редко приводят к каким-либо категорическим выводам, а, скорее всего, к новым вопросам. См., например, рассуждения А. П. Сковородникова о самом слове игра и его ассоциациях, о разновидностях комического, об остроумии и т. д. [Сковородников 2010: 59].

Важно подчеркнуть, что комический эффект – один из возможных, но далеко не единственный эффект игровой деятельности говорящей личности. Это подтверждается в нашем

анализе многочисленных примеров разных форм ЯИ в медиатексте.

См. также мнение Т.А. Гридиной: «Языковая игра, таким образом, – это одновременно и когнитивный, и психологический, и лингвокультурный, и эстетический феномен, функциональная сущность которого не исчерпывается традиционно выделяемой сферой комического воздействия и уж никак не вписывается в рамки расхожего определения „игра слов“.» [Гридина 2012: 4].

ЯИ проявляется по-разному в разных функциональных стилях.

Традиционным можно считать интерес к ЯИ в художественном стиле, где ее в определенной степени можно считать необходимой – игра разрушает «шаблоны», привлекает внимание к необычному, порой даже парадоксальному, создает дополнительные окказиональные значения.

Особенности игры в этом стиле рассматривают авторы множества работ. Отметим здесь книгу Т.А. Гридиной «Языковая игра в художественном тексте», в которой представлены принципы игры как формы лингвокреативной деятельности [Гридина 2012].

Целым рядом особенностей обладает ЯИ в разговорной речи – она отличается большей непринужденностью, спонтанностью, непритязательностью, менее подвержена воздействию социальных факторов и т. д. [Санников 2005: 4].

Характерная особенность активизировавшихся в последние годы исследований игры в разговорном стиле – расширение ареала исследуемых типов дискурса (современная городская речь, молодежный жаргон, интернет-язык и т. д.). Одна из интересных работ, вышедших сравнительно недавно, – монография О.Ю. Коноваловой «Языковая игра в современной русской разговорной речи», в которой анализируются приемы и функции ЯИ в повседневном общении, роль социальных,

психологических и других факторов речевой ситуации и т. д. [Коновалова 2008].

Игра – одно из важных средств создания экспрессивности, определяющей облик коммуникативной стратегии новой публицистики.

Вряд ли возможен даже беглый обзор работ, изучающих разнообразные проявления ЯИ в медиатекстах. Отметим среди них монографии С.И. Сметаниной „Медиа-текст в системе культуры. Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века” [Сметанина 2002] и С.В Ильясовой и Л.П. Амири „Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы” [Ильясова, 2009].

С медиадискурсом связаны и наши изыскания в области ЯИ, отраженные в монографии “Езиковата игра в съвременната публицистика” [Цонева 2000], анализирующей материал русского и болгарского языков, а также в ряде статей в научных журналах и сборниках [Цонева 2007, 2009, 2010, 2014, 2015 и др.].

В наших работах ЯИ понимается как форма лингвокреативного мышления, как намеренный творческий акт субъекта речи. ЯИ – важное средство для образно-экспрессивного моделирования содержания в СМИ, нередко – с ярко выраженным комическим эффектом, в том числе, как мы уже отметили, в “серьезных” изданиях.

Особо следует отметить и активизацию игрового в серьезных аналитических жанрах, ранее «непроницаемых» для проявлений подобного типа – передовой статье (там, где она все еще есть), редакционном комментарии, журналистском анализе и т. п.

К сказанному О.А. Лаптевой, что „раньше ирония не смела коснуться первой, официальной полосы, а теперь перебралась и туда” [Лаптева 1996: 141], добавим, что самые яркие проявления ЯИ тоже располагаются на первой полосе, а не ограничиваются юмористическими жанрами (занимающими, как правило, последние страницы) или юмористическими изданиями.

Отметим сказанное С.И. Сметаниной об активизации игрового в современном медиатексте: “Игровое (альтернативное, виртуальное) представление в документальном в своей основе тексте СМИ тех или иных ситуаций может быть рассмотрено и как знак демократического общества, и как средство снятия общественной напряженности, примирения различных позиций, приглашение к диалогу, дружеский жест.” [Сметанина 2002: 93].

По мнению В.И. Шаховского, ЯИ является социальным инструментом, “поскольку посредством ее возможно выражение и сознательное моделирование определенных эмоций у адресатов в оппозиции «мы» (народ) и «они» (бюрократические государственные структуры)”. В подтверждение он приводит интересные примеры разных форм ЯИ, среди которых и примеры на игру с КИ: *Рельсин, руководящий стакан, гениалисимум, недопрезиденты, лукашизм, кучмоведение, дядюшка Зю(ган), СНГовия, мордодел, гамбургероподобный, продужковость, путиниана, путиномика, путиночет, путинговать и др.* [Шаховский 2006: 525].

Приводя, кроме данных выше примеров, не менее интересные *жириноиды, брехерендум, бандидат, аристократия* и т. д., В.И. Шаховский отмечает: „Русскоязычные люди, протестуя против ненормальности и униженности их бытия, играют со своей властью посредством языка, реализуя хотя бы частично свои коммуникативные потребности, эмоции и интересы в особом виде своего речевого поведения – языковой игре.” [Шаховский 2006: 526].

Достижение комического эффекта, как уже было сказано, – одна из важных функций ЯИ и в СМИ, проявляющаяся в том числе и в тенденции к иронизированию, осмеиванию, в т. ч. к дискредитации политических реалий и субъектов.

В иерархии функций ЯИ в политическом дискурсе следует отметить и воздействующую функцию [Негрышев 2006], которая особенно ярко проявляется в игре с КИ.

Игровые стратегии, которые занимают все более важное место в “качественной” публицистике, можно отнести к интеллектуальным стратегиям, рассчитывающим на адресата, способного декодировать их, на читателя-эрудита, который понимает игру и наслаждается ей.

Ср. об этом у С.И. Сметаниной: „Игровые детали, забавные языковые номинации, попавшие в документальный “кадр”, содержат также психологические и эмоциональные добавки и увеличивают количество прочтений сообщения в зависимости от того, как адресат скомпонует целое. Игровое прерывает линейность текста и становится источником интеллектуального напряжения. Таким образом, текст приобретает качества интерактивной коммуникации: читатель перестает быть лишь потребителем информации и подключается к созданию совокупного смысла высказывания, который формируется из взаимодействия нормативного и аномального, реального и виртуального, серьезного и игрового.” [Сметанина 2002: 93].

Активизацию игровых форм можно объяснить факторами экстралингвистического характера, прежде всего господствующим сегодня стремлением автора медиатекста добиться экспрессивности при отражении событий, дать оценку, а часто и осмеивать, иронизировать, играя языком.

К экстралингвистическим причинам активизации ЯИ в современных СМИ следует отнести и демократизацию жизни, которая допускает саму возможность осмеивать, иронизировать, в том числе важные институты и важных субъектов, что было немислимо в недавнем прошлом.

В то же время, на наш взгляд, нельзя абстрагироваться от факторов внутриязыковых – заложенных в системе языка возможностей для развития и творчества (или – креативного потенциала). Это возможности для различных трансформаций, переноса значений, производности языковых единиц и т. д.,

которые чаще всего „задействованы” в индивидуальном языкотворчестве.

В связи с этим можно обратиться к рассуждениям Т.А. Гридиной об ЯИ как сознательном переходе говорящего на позиции *Homo ludens*, играющего человека, и об игровых единицах как специально моделированном лингвистическом объекте, как трансформах с чертами прототипа [Гридина 1998: 239–240].

По мнению В.З. Санникова, пик увлечения ЯИ в СМИ – 2003-ий год. Уже через год это увлечение пошло на спад, даже в газете „Московский комсомолец”, которую можно считать лидером по употреблению каламбуров и языковой шутки [Санников 2005: 5].

Соглашаясь в принципе с такими наблюдениями, отметим, что В.З. Санников не совсем корректно приписывает ЯИ в первую очередь развлекательную функцию – „развлечь, привлечь внимание, ошарашить” [Санников 2005:5], что доказывается даже приведенными им примерами.

Кроме того, вряд ли можно говорить о спаде увлечения ЯИ вообще. Скорее всего, меньше стало стёба, ёрничества, вполне естественного в постперестроечное время. Именно конец XX – начало XXI вв. – время эскалации экспрессивности, стремления не просто привлечь внимание, но и заинтриговать, шокировать адресата, противопоставляясь сухому, скованному новоязу.

Об этом говорится у В.Г. Костомарова в 1994 г.: „Торжествующий языковой вкус с его стремлением к свежей выразительности, к обновлению во что бы то ни стало заставляет опробовать самые различные способы вербально-коммуникативного творчества.” [Костомаров 1994: 31].

Можно сказать, что перемены „языкового вкуса” неизбежно приводят к более уравновешенной, более спокойной публицистике, которая рассчитывает не только на грубую экспрессию.

С другой стороны, по нашим наблюдениям, в последние годы меньше стало и таких форм ЯИ, которые можно считать проявлением интеллектуализации медиадискурса.

Одна из возможных причин, как нам кажется, – закрытие некоторых качественных изданий, в том числе и по причинам финансового характера (например, журналов „Новое время”, „Итоги”, „Компания”).

Этот процесс особенно заметен на медийном рынке Болгарии, потерявшем такие серьезные издания, как общественно-политический журнал „Тема”, газеты „Преса”, „Новинар” и др., в которых, как и в названных выше российских изданиях, ЯИ была важной составляющей идиостиля.

ЯИ возможна на всех уровнях языка, хотя и отнесение конкретных проявлений ЯИ к конкретному уровню языка не всегда возможно. Так, окказиональные слова можно считать явлением одновременно и лексическим, и словообразовательным, в каламбуре довольно сложно переплетаются лексика и синтаксис и т. д.

Наши наблюдения, как и наблюдения других авторов, позволяют обобщить, что в языке можно обыгрывать всё, и автор медиатекста активно этим пользуется. Ср. сказанное Б. Ю. Норманом: “Языковая игра в широком смысле слова – это использование языка для достижения надъязыкового, эстетического, художественного эффекта. Проявления ее чрезвычайно многообразны – каламбуры и остроты, присловия и прибаутки, разложение и обновление фразеологизмов, сознательное фонетическое и морфологическое “кривлянье” (“коверкание” языка), метафорические номинации и сравнения и т. д.” [Норман 1994: 79].

К основным формам ЯИ обычно относят окказиональные слова, окказиональную сочетаемость, каламбур, фразеологические игры, игры с прецедентными текстами, графическую игру.

Именно они являются предметом внимания во многих работах, анализирующих медиадискурс в аспекте игрового.

3.1.1. Языковая игра с антропонимами

Антропонимы относятся к тем единицам языка, которые активно вовлекаются в ЯИ в различных типах дискурса, в том числе в медиадискурсе. Активное обыгрывание имен людей и прежде всего КИ можно считать важной характеристикой современного медиатекста [Цонева 2000, 2007, 2010, 2011, 2014].

Игра с именами, или **ономастическая игра**, определяется Т.А. Гридиной как “особая разновидность ЯИ, основанная на актуализации ассоциативного потенциала имени собственного, что достигается при помощи различных приемов его (имени) трансформации и контекстуальной/референтной актуализации. При этом языковая игра активно эксплуатирует именно социокультурный шлейф, который составляет коннотат соответствующего онима.” [Гридина 2011: 219].

В ЯИ могут включаться и другие онимы, например, топонимы. Так, иронический оттенок чаще всего сопровождает использование топонима *Куришевель*, отличающегося в определенный период повышенной частотностью – как известно, этот альпийский курорт пользуется славой места, где отдыхают богатые люди из России. Ср. об этом в материалах Интернета: *Какие ассоциации возникают у простого обывателя, когда он слышит слово «Куришевель» (произносится также и «Куршавель»)? Как правило, это бурные тусовки российских олигархов в окружении девиц легкого поведения, шампанское рекой ценой по 1000 € за бутылку, черная икра ложками, громкие скандалы, папарацци и т.д.* (fb.ru)

Топоним *Куришевель* включается в разные формы ЯИ, например, рифмовки-созвучия: *Как гудели в Куришавеле* (МК 5.1. 2007) или становится основой окказиональных производных:

Православное рождество – это “куршавелевый” праздник №1.; “Это зимняя столица России! Это наша деревня Куршавелево!” – кричат любители горнолыжного курорта. (МК 9.1.2007); Припеваючи “куршевелился” и глава строительной компании Е. Спиренков. (АФ 29.3.2006)

В то же время некоторые топонимы (*Хиросима, Чернобыль, Беслан, Фукусима* и др.) не включаются в игровые формы, тем более с ироническим или комическим оттенком – этому препятствуют ставшие частью экстралингвистического потенциала этих слов ассоциации с трагическими событиями в названных населенных местах.

Важно подчеркнуть, что проявления ономастической игры в медиадискурсе имеют свои особенности, которые отличают их как от проявлений игры с аппелятивами, так и от проявлений игры в других типах дискурса; это связано как с особенностями самого медиадискурса, так и с особенностями собственных имен.

Так, важной особенностью игры с именами можно считать то, что в ней “мишенью” является референт, и через игру с именем косвенно выражается отношение к его носителю. Это отношение в медиадискурсе, как правило – ярко негативное, часто – ироническое, в то время как в разговорном и художественном стилях отношение к референту, выраженное через игру именем, может быть не только негативным или ироническим, но и ласковым, нежным, любовным и т. д. Интерес в этом плане представляет работа М.Н. Эпштейна „Любовные имена. Введение в эротониимику”, посвященной „бесконечной изобретательности и нежности в обращении с личным именем.” [Эпштейн 2005].

Кроме того, в разговорном стиле обыгрывание имени (очень часто – в роли обращения) демонстрирует близость между участниками общения, часто – желание пошутить, разрядить обстановку, поэтому в нем используются, как правило,

такие формы ЯИ, которые из-за их “непритязательности” можно отнести к балагурству (фонетические игры, “веселая грамматика” и т. п.) [Земская 1983:175].

Проявления ономастической игры в медиадискурсе чаще всего сложнее, и их можно относить к остроумию или к так наз. интеллигентским играм.

В ЯИ с именами политиков в медиадискурсе включаются, как правило фамилии, в то время как в разговорном и художественном стилях часто обыгрываются и личные имена, в том числе их гипокористические формы.

Личные имена, в том числе имена политиков, своих и зарубежных, вовлекаются в ЯИ в медиатексте очень редко. Редки и примеры обыгрывания гипокористических форм имени.

В то же время обыгрывание личных имен политиков – характерная особенность болгарского медиадискурса, что связано в первую очередь с особенностями болгарского ономастикона.

Ярким подтверждением этого являются многочисленные примеры окказиональных слов, производных от имени премьер-министра Бойко Борисова: ***Бойкофренията**, любезни ни читателю, е в апогея си преди Нова година.* (Новинар 23.12.2009); *Рейтингът на **бойковистите** тръгна рязко надолу.* (Монитор 10.5.2008); *2007 стана годината на **бойковизацията**.* (Новинар 21.1.2008)

Говоря об активности обыгрывания имени *Бойко*, нельзя не отметить и имидж Б. Борисова как „своего”, как человека из народа, которого можно воспринимать как равного. Разумеется, активность обыгрывания обусловлена и значимостью самого референта в современной политической жизни страны, а также его чисто субъективными чертами (внешностью, особенностями характера и речи и т. д.), которые довольно часто являются поводом для осмеивания, нередко – довольно агрессивного.

Отметим здесь, что обыгрывание имени в медиадискурсе, хотя и в меньшей степени, чем в разговорном стиле, может

зависеть и от личностных качеств референта-политика. Т. е. политики с “необычной” внешностью, речью, поведением как бы “обречены” на осмеивание. Именно они „награждаются” и большим количеством прозвищ, в том числе игрового характера, о чем было сказано ранее.

Наоборот, “скучные”, безличные субъекты реже становятся объектом игры, как, впрочем, и героями анекдотов (вспомним многочисленные анекдоты прежних лет о Л. Брежнев, нередко иронизирующие как раз его субъективные качества).

В дискурсе СМИ очень активно “эксплуатируется” экстралингвистический потенциал собственных имен, аккумулирующих существенную по объему неязыковую информацию об объекте и его среде, которая при определенных условиях функционирования становится элементом их контекстуального языкового значения [Ратникова 2003:11].

Очень важно подчеркнуть, что для понимания механизма обыгрывания собственных имен и прежде всего КИ, а также эффекта от него, нужны общие для автора и адресата внетекстовые (фоновые) знания о референте имени, об его месте в социуме, об особенностях его характера и поведения, о конкретных его действиях и т. д.

Например, для понимания цели обыгрывания КИ в данном ниже примере адресат должен располагать информацией о Кондолизе Райс и ее работе в качестве госсекретаря США в 2005–2009 гг.: *Кондолизируй это!* (Итоги 14.7.2008)

Эффект обыгрывания, кроме того, можно оценить только при наличии у адресата знаний о популярном американском фильме „Анализируй это!”, название которого „намекает” на нелогичность ее поступков – в фильме, как известно, показана работа психоаналитика.

Обыгрывание КИ в медиадискурсе может быть обусловлено и **лингвистическими особенностями имен**.

Лингвистический потенциал имен (к которому относятся фонетический облик, структура, лексическая мотивирован-

ность, как и сложный комплекс вербальных ассоциаций, нередко разный у разных людей) определяет в немалой степени “направление” их игрового использования, т. е. их участия именно в определенных формах ЯИ.

Поэтому можно сказать, что для некоторых имен и фамилий просто обязательно обыгрывание определенным образом – например, фамилии некоторых политиков (*А. Лебеда, Ю. Чайки, Д. Медведева* и др.) вполне естественно включаются в каламбуры с омонимами-апеллятивами, которые анализируются дальше.

Но даже в тех случаях, когда лингвистические особенности выходят на передний план из-за потенциально заложенных в имени условий для игры, в играх с КИ, при известности референта, можно заметить хотя бы “отголоски” их экстралингвистического потенциала.

Рассматривая различные формы ЯИ с онимами, Л.И. Молдованова отмечает: “Между тем, особенности представления и функционирования онимов в современной газетной публицистике представляют интерес того порядка, что, являясь реакцией на социальные, политические и культурные изменения в жизни страны и людей, эти единицы становятся “зеркалом” действительности, своеобразными маркерами времени.” [Молдованова 2012:416].

Поэтому важно, на наш взгляд, подчеркнуть, что при игровом использовании собственных имен в медиадискурсе обычно приходится говорить о сложном переплетении экстралингвистических и лингвистических элементов их смысла.

Игра, рассчитывающая только на лингвистический облик онима, встречается редко в медиатекстах, прежде всего в юмористических жанрах. Такая игра, иногда обозначаемая как “игра ради самой игры”, характерна не только для художественного стиля, но и для разговорного, в котором референт имени, включаемого в ЯИ, чаще всего известен в рамках семейного социума, поэтому экстралингвистический потенциал этого имени слабее.

На наш взгляд, в КИ экстралингвистическое актуально всегда – именно от него зависит включение имени в ЯИ. Даже в тех случаях, когда определенная форма ЯИ “эксплуатирует” лингвистический потенциал самого имени, всегда можно найти связь, иногда отдаленную или сложную, с экстралингвистическими знаниями о субъекте, о действиях и ситуациях, связанных с ним.

Говоря о лингвистическом потенциале онимов, можно обратить внимание на их фонетический облик, который позволяет включение некоторых коротких звучных имен в так наз. рифмовки-созвучия, обычно используемые в газетном заглавии. Разумеется, обыгрывание таких КИ связано с конкретными событиями с участием референтов. Например: *Буш уже не дюж?* (АФ 5.7.2006) – заглавие текста о 60-летию Д. Буша; *Блэр – не нэр* (Итоги 10.4.2007) – заглавие текста о решении сократить число пэров в Англии.

Подобные “непритязательные шутки”, напоминающие детские “дразнилки”, можно определить как характерное для непринужденной устной речи балагурство и отнести к проявлениям разговорности в медиадискурсе. Ср. также: *Ким Чен Ир на весь мир* (МК 6.4.2009); *Между Маком и Бараком* (АФ 29.10.2008)

Добавим еще несколько заглавий: *С улицей Уго в Москве туго* (МК 25.5.2013) – текст о предложении назвать одну из улиц Москвы в честь Уго Чавеса, бывшего президента Венесуэлы; *Маша уже не наша?* (АФ 22.7.2015) – текст о Марии Гайдар, переехавшей на работу в Одессу по приглашению М. Саакашвили.

Близка к разговорным играм и такая экспрессивная форма словообразовательной игры, которую называют «фокус-покус прием», «повтор-отзвучие», «эхо-конструкция». Как отмечает О.П. Симутова, это „своеобразный рифмованный «прицеп», как бы отзвучие к базовому слову” [Симутова 2008].

Ср. единственный такой пример с короткой звучной фамилией в нашей картотеке: *Керри-мерри-перри разваливают наш социализм* (Газета.ру 19.12.2015) – заглавие текста об обсуждении закона о повышении пенсионного возраста в Думе, в ходе которого депутат от КПРФ намекнул на недавний визит в Россию государственного секретаря США Д. Керри и на его вмешательство в российскую политику.

Удобной для обыгрывания оказывается и фамилия *Трамп*, которая, как уже было отмечено, заняла уже свое место среди КИ.

Обратимся снова к уже упомянутому тексту *Трампотня и трампизмы*, автор которого подчеркивает, что сама фамилия *Трамп*, „на редкость удачная – краткая, лапидарная и полисемичная”, предоставляет богатые возможности для ее обыгрывания (МК 14.10.2016).

Эта особенность слова *Трамп* предоставляет возможность для изобретения большого количества окказиональных производных, чем автор и занимается с явным удовольствием. Приведем отрывки из этого текста: *«Моей целью была не замутненная здравым смыслом и коммерческим интересом игра с английскими и русскими буквами и словами: как слово «трамп» может вписаться в русский язык, – пишет автор в ироническом предисловии к своему «Трамп-толковищу». Я стал приспособливать русские буквы к корневищу «трамп», расширяя тем самым его семантическое поле, придавая «трампизмам» некоторое толкование. Затем я вовлек в эту игру моих друзей, и они прислали мне замечательные. Надеюсь, что Трампу наш вклад зачтется на суде народов (выборах), а нам – за развитие русского языка в американской среде.»*; *Трамп-асс* – бездумный сторонник Трампа; *Потрампить, оттрампить* – отодрать, победить оппонента (напр. в споре, драке).; *Трампуй* – а) детородный орган Трампа; б) противник Трампа, напр., «Сорок трампуёв арестовано после митинга»; в) поцелуй Трампа,

секс с Трампом, напр. «Трампуй меня, Трамп, трампуй!»; г) результаты выборов, если Трамп проиграет; д) обещания Трампа, напр. «сорок бочек трампуёв».;

Трампуйчик – уменьшительное от «трампуй»; здесь потребуется напоминание: сенатор Марко Рубио во время дебатов намекал на малый размер пениса Трампа.; Трамп как мера измерения неполиткорректности, в которой упрекают Трампа его оппоненты. Один трамп, два трампа и проч.;

Траплюха – фигуральная, словесная, физическая оплеуха от Трампа; **Трампардоны** (ироническое, издевательское) – извинения от Трампа, которых от него не дождешься; **Вотрамплённый** – сторонник, верующий в Трампа, участник митингов (по типу «воцерковлённый») (В связи с некоторыми единицами этого словаря стоит обратиться к сказанному В.З. Санниковым, что смелые шутки занимают важное место в ЯИ: „Врач не может стыдиться человеческого тела, лингвист – человеческого языка.” [Санников 1999: 38].

Нужно подчеркнуть, что некоторые формы ЯИ, активные в медиадискурсе, не актуальны для антропонимов, например, окказиональная сочетаемость. В окказиональных словосочетаниях нарушаются правила “нормальной”, узальной сочетаемости, игнорируются синтаксические и/или семантические ограничения при их создании. По мнению Б.Ю. Нормана, окказиональные словосочетания возникают на фоне типовой, апробированной и частотной сочетаемости слов, которая хранится в памяти говорящего. Эти словосочетания требуют от языковой личности определенных речетворческих усилий и производят специальный эффект при восприятии текста [Норман 1994: 89].

Приведем примеры игровых словосочетаний: **Новый Путин** сформировался в подавлении «оранжевой революции» и в усилении вращения государства там, откуда оно при Ельцине ушло. (Итоги 11.3.2013); Трамп обвинил **“больного или плохого” Обаму** в прослушке телефонов (Рос. газета 4.3.2017);

“Неадекватную” Терезу Мэй отправляют в отставку с поста премьер-министра Великобритании (МК 25.6.2017)

Особой экспрессивностью отличаются и словосочетания с прилагательными, в которых можно найти нарушение лексико-семантической сочетаемости – способности слов объединяться по лексическому значению: *Тефлоновый Путин и рубль-попрыгунчик: кто кого?* (МК 16.12.2014); *Но, пожалуй, самое главное, чего добился реактивный Мишико, – одесситы все еще не разочарованы.* (КП 6.9.2015); *Лакмусовый Тиллерсон: каким будет итог визита госсекретаря США для России* (МК 12.4.2017); *И таких историй за все эти годы снисхождения благодатного Путина набрались уже десятки.* (Общая газета 16.6.2017); *А теперь, возможно, дойдет до того, что начнут выпускать шоколадных Трампов в золотистой обертке и засахаренных Трампов на палочке. И это радует.* (Нез. газета 18.1.2017)

Основным формам ЯИ, которые активно «эксплуатируют» антропонимы, в том числе КИ, в данной работе уделяются специальные параграфы: графическая игра, окказиональные слова, прецедентные тексты, фразеологические игры, каламбур.

Разумеется, в самом медиатексте нередко есть сочетание различных форм ономастической игры, как и форм ЯИ вообще. Подобное сочетание, перелетение различных форм ЯИ заслуживает отдельного серьезного анализа, который выходит за рамки нашего исследования.

Приступая к анализу названных форм ЯИ, отметим, что примеры игровых единиц даются в рамках минимального контекста, но всегда учитывается более широкий, неязыковой контекст, а также связь с внетекстовыми знаниями.

3.2. Графическая игра с ключевыми именами

В исследованиях ЯИ в современных СМИ, как правило, выделяют и **графические игры**, или **игры с графикой**. Для обозначения этого явления используются термины *графическая игра*, *графический каламбур*, *графиксация*, *графодеривация*, *графическое словообразование*, *графическая гибридизация*, а для единиц, полученных в результате такой игры – термины *графодериваты*, *графические гибриды*, *неологизмы-написания*, *графоны*, *визуальные неологизмы*, *графические окказионализмы* и т. д. [Самыличева 2010: 191].

Интерес к этому явлению, по мнению Т.В. Поповой, связан с возросшим интересом лингвистики к письменной коммуникации и активизацией в ней графо-орфографических игр со словом [Попова 2011: 161].

Как подчеркивает Т. Алексиева, на рубеже XX–XXI веков в письменной коммуникации произошли значительные перемены, во многом связанные с распространением Рунета, которые „не обошли и такую консервативную область, имеющую многовековые традиции, как современное русское письмо” [Алексиева 2012: 169].

Под графической игрой чаще всего понимают не только выделение различными шрифтами, но и использование различных алфавитов, а также параграфемных средств – символов, знаков, цифр и т. д.

Графические игры – яркая характеристика печатных СМИ последних лет. Активизацию этих средств сегодня можно объяснить не только их яркой экспрессивностью, но и практически неограниченными возможностями современных типографских и компьютерных технологий [Цонева 2000: 151].

С развитием типографской техники в XX веке связывает новые „вольности” (сочетание латинских и русских букв, крупного шрифта и мелкого) и В.З. Санников, хотя „фокусы с оформ-

лением” (фигурные стихи, расчленение словоформы), по его мнению, характерны и для XIX в. [Санников 2005: 16].

Не менее важное значение для активизации таких игр, на наш взгляд, имеет также конкуренция электронных СМИ и прежде всего телевидения, где языковые и неязыковые средства экспрессивного моделирования содержания свободно сочетаются [Цонева 2000: 151].

Справедливым можно считать сказанное Т.В. Поповой о том, что распространение графических игр связано, кроме всего, с особенностями адресата современных СМИ – это «клиповое мышление, требующее краткости, лаконичности, максимальной экспрессивности и визуализации текста» [Попова 2012: 208].

Графическое выделение, получившее широкое распространение в СМИ, по мнению Г.Р. Искандаровой, связано с тем, что нынешний мир вообще становится „менее лингвистичным”, возвращаясь к „миру рисунка”; это находит выражение в новом термине „визуализированная лингвистика” [Искандарова 2014: 308].

Слова Т. Алексиевой о своеобразной игре со словом и графической формой в Рунете вполне можно отнести и к современным СМИ: „Смысл данной игры состоит в том, чтобы привлечь внимание получателя сообщения, представив что-то оригинальное и вместе с тем легко распознаваемое.” [Алексиева 2012: 170].

Графические игры можно использовать в качестве иллюстрации к упомянутым выше особенностям ЯИ. Например, в них легко увидеть, что целью обыгрывания далеко не всегда является создание комического эффекта. Ср., например, заглавие: *€врофиаско России* (Лит. газета 29.6.2016) – о провальном участии российской сборной в чемпионате по футболу, несмотря на финансовую поддержку со стороны государства.

Особенно ярко проявляется в графической игре креативность языковой личности, стремление к яркому, необычному. Приведем пример графического гибрида, созданного на базе

слова *фейсбук*, в котором выделяется аббревиатура *ФСБ*: **ФСБук** (Нов. газета 23.09.2016) – заглавие текста о предложениях со стороны *ФСБ* создать систему расшифровки всего трафика российского интернета.

К графическим гибридам или окказионализмам можно отнести и следующий пример: **ТАРИФметика**. Откуда в квиточках страшные цифры (АФ 10.4.2010) – в нем можно говорить о контаминации слов *арифметика* и *тариф*, создающей новое, окказиональное слово; внимание к повышению тарифов на коммунальные услуги направляется через шрифтовое выделение слова *тариф*.

По-разному определяются и игровые единицы, в которых сочетаются графические системы разных языков, чаще всего, кириллицы и латиницы. См. разные термины для обозначения этого явления, в том числе метафорические, у Т. Алексиевой: *графодериваты*, *графические гибриды*, *гибридные слова*, *полиграфиксаты*, *визуальные неологизмы*, *монстры*, *кентавры*, *новообразования «кентавроводобного»* или *поликодового типа*, *слова-матрешки* и т. д. [Алексиева 2015: 306].

Такой гибрид есть в следующем примере: **Uber-айтесь из Москвы!** (Компания 3.2.2016); глагольная форма в этом заглавии включает иноязычное слово *Uber* – название интернет-агрегатора такси, который работает без необходимых документов.

Графические игры в современных СМИ невероятно разнообразны и интересны и заслуживают специального изучения, в том числе в сопоставительном плане. См., например, у Р. Минкова: [Минков 2014, 2016].

В ономастической игре, однако, востребованы далеко не все разновидности графической игры. Некоторые разновидности графической игры здесь просто невозможны.

Среди примеров с КИ выделим такие, в которых налицо **капитализация** – выделение слов или частей слов иным цветом, шрифтом или размером букв.

Важным здесь оказывается лингвистический облик антропонимов – например, довольно „удобными” для включения в капитализацию оказываются короткие фамилии *Буш* и *Трамп* (о лингвистическом игровом потенциале самой фамилии *Трамп* будет сказано дальше).

Обратимся к примерам с КИ *Буш*: ***БУШующий анти-террор*** (Итоги 20.7.2004) – заглавие текста о предложении отложить дату проведения президентских выборов в пользу Д.Буша-младшего; ***ПоБУШуем*** (Итоги 9.11.2004) – заглавие текста о предстоящих событиях во время второго срока президента Д.Буша-младшего; ***Джордж еще поБУШует*** (КП 4.11.2004) – заглавие текста о втором президентском сроке Д. Буша-младшего. Отметим, что само обыгрывание глагола *бушевать* связано не только с особенностями поведения и характера Д. Буша, о чем уже шла речь, но и с тем, что в нем можно „обнаружить” слово *Буш* (см. далее о ложном, игровом этимологизировании).

Сюда можно отнести и два примера с новым КИ *Трамп*, появившихся в разных изданиях почти одновременно, сразу после выборов в США. В них слово *Трамп* выделяется крупным шрифтом в рамках слова *трамплин* в его переносном значении – „исходный пункт для каких-л. действий»: ***ТРАМПлин для народа. Можно ли верить сладким прогнозам социологов?*** (АФ 23.11.2016) – заглавие текста о неожиданной победе Д. Трампа, с которым во многом связаны надежды американского народа на перемены к лучшему; ***ТРАМПлин для пересмотра отношений США с Японией*** (Нез. газета 18.11.2016) – заглавие текста об отношениях США с азиатскими странами, которые будут зависеть в основном от нового президента.

В следующем примере в глаголе *юлить* – „изворачиваться, ловчить” выделяется графически имя Юлии Тимошенко, премьер-министра и главного участника в газовом конфликте между Россией и Украиной: ***И будет ли Украина ЮЛИТЬ***, не платя за российский газ (АФ 12.3.2007)

Ярче экспрессивность в графическом окказионализме с шрифтовым выделением имени экс-президента Уго Чавеса – оно направляет внимание к тексту, в котором говорится об экономической политике нового руководства Венесуелы: *Рост УГОномики* (Итоги 15.4.2013) (Ранее мы отмечаем частотность графического выделения коротких звучных имен).

В графической игре очень активно используются аббревиатуры, которые выделяются в узуальных словах для создания ОС. В данном ниже примере есть шрифтовое выделение инициальной аббревиатуры *БАБ*, о которой уже было сказано: *Если дашь волю баоБАБам* (НВ 1.4.2013)

В самом тексте раскрыта „техника игры”, направляющей внимание на роль Б. Березовского в русской политике: *Такие рекламные щиты в июле 1999 года украсили Рублевку и Кутузовский проспект. Текст билбордов – точная цитата из произведения Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц», но одна маленькая деталь придавала ей отнюдь не безобидный смысл: заглавные буквы в слове «баобаб». Дело в том, что БАБ – всем известное тогда прозвище Бориса Березовского. <...> Но «не дать волю баоБАБам» у лужковцев не получилось.*

Графическим окказионализмом является сложное слово, в котором сочетаются элементы двух графическим систем, кириллицы и латиницы, о чем уже было сказано выше: *Путинbook* (Нез. газета 17.3.2006) – заглавие текста, в котором автор рассуждает о „феномене Путина”, выражающемся в множестве книг о В. Путине на книжной ярмарке в Москве.

Большой интерес, на наш взгляд, представляют случаи, когда выделение КИ размером, шрифтом или цветом осложняет и дополняет другие формы ЯИ – чаще всего окказиональные слова или каламбур.

Один из самых частых случаев “сотрудничества” графической игры с другими формами ЯИ – создание окказионального

слова с выделением определенной его части, выраженной КИ, которая, как правило, выражает новое, актуальное содержание. Функционируя чаще всего в заглавии медиатекста, такие новообразования не только направляют внимание на содержание, но также участвуют в семантической организации текста.

Такие единицы рассматриваются далее в параграфе об окказиональных словах.

3.3. Ключевые имена в окказиональном словообразовании

Словообразовательная игра – одна из самых активных форм ЯИ. Создание новых, несуществующих в системе языка единиц можно определить как характерное проявление ЯИ, поскольку “выдумывание” вообще лежит в основе любой игры: игру, по мнению выдающегося болгарского философа И. Паси, можно определить как сотворенную действительность, а именно сотворенная фантастическая игровая реальность доставляет наслаждение в игре [Паси 1972, 77].

В основе такой игры лежит индивидуальный характер словообразования – наиболее репрезентативная разновидность ЯИ, широко представленной в СМИ на всех уровнях языка [Рацибурская 2014: 195].

Окказиональные слова (ОС) – предмет исследования многих авторов, анализирующих активные процессы в современном языке.

Образование ОС – характерная особенность современного языка, о которой Е.А. Земская пишет: “Типичнейшая черта современного языка – расцвет неузуального образования, распространяющийся не только в языке художественной литературы и разговорной речи (что было свойственно прошлым эпохам), но и в языке газет, любых средств массовой информации, устной публичной речи.” [Земская 1996: 138].

По ее мнению, конец XX века даже можно назвать веком окказионализмов: “Человек играет со словом, состязаясь в таких играх с окружающими, стремясь победить соперника в остроумии, острословии, оригинальности формы выражения.” [Земская 1996: 128].

Анализ новообразований в современных СМИ позволяет прийти к выводу, что «словотворчество помогает разрушить известные стереотипы в жизни, поведении, во взглядах на политические события времени, помогает выразить эмоциональную оценку происходящего. <...> Это способ обнародовать свое мнение, отношение, в каком-то смысле даже снять внутреннее напряжение [Валгина 2001: 153].

Об активизации словотворчества в СМИ говорят и Л.В. Рацибурская, Н.А. Самыличева и А.В. Шумилова: „Раскрепощенность как один из ярких показателей современного речевого поведения коммуникантов способствует активизации процессов словотворчества в медийной речи, приводит к появлению большого количества новообразований, которые становятся ярким экспрессивно-эмоциональным средством в текстах СМИ. Основные эмоциональные доминанты многих текстов современных СМИ определяются объективными социально-политическими и экономическими процессами в обществе.” [Рацибурская 2014: 171].

Примеров экспрессивных новообразований, появление которых определено объективными общественными процессами, очень много. Так, массовые отставки губернаторов обозначает ОС в следующем заглавии: *Февральский губернаторопад* (НВ 13.2.2017)

К таким примерам отнесем и ОС в заглавиях текстов, отражающих природные бедствия в г. Ростове-на-Дону – наводнение в 2016 г. и пожары в 2017 г.: *Ростов-на-Плаву* (Нов. газета 4.7.2016); *Огонь-на-Дону* (АФ 30.8.2017)

В связи с подобными примерами – а таких много в нашей картотеке – можно привести слова Т.А. Гридиной: „Таким образом, языковая игра в современных деривационных процессах выступает как реализация потребности в новых способах выражения уже известного содержания, что становится стилизирующим и акцентирующим фактором языкового развития.” [Гридина 1996: 18].

Среди новообразований в СМИ важное место занимают слова, производные от собственных имен. Некоторые из них, как уже было сказано, пополняют лексический состав языка, другие остаются в рамках окказионального или на грани его.

И если новые слова создаются как средство номинации, то ОС, в том числе производные от КИ, – являются прежде всего средством экспрессивности, они характеризуют явление, выражают отношение, оценку, чаще всего – негативную.

Негативный или иронический оттенок во многих ОС обычно связан с экстралингвистическими фоновыми знаниями о субъекте, имя которого является основой. Например: *Дарование Жерару Депардье российского подданства прозвучало как главная сенсация затянувшихся рождественских каникул. Оглушенные новостью массмедиа заговорили о скором «депардировании» в наши пенаты и других видных персонажей парижской жизни.* (Итоги 14.1.2013)

Для понимания значения и эффекта ОС в этом примере нужны затекстовые знания о французском актере Ж. Депардье, который в начале 2013 г. приехал в Россию для получения российского гражданства, а также о том, что он покинул Францию из-за введения так наз. налога на роскошь в 75%. Оба действия французского актера были восприняты негативно.

Интересные наблюдения над отонимическими новообразованиями можно найти в упомянутой работе Л.В. Рацибурской, Н.А. Самыличевой и А.В. Шумиловой. Опираясь на работы других авторов, они подчеркивают, что появление отонимических

экспрессивных окказионализмов в медийных текстах можно связать с разрушением стилистических барьеров, усилением тенденций антропоцентризма, повышенной степенью эмоционально-волевого состояния социума, его терпимостью к вульгарному и бранному словоупотреблению, стратегией близости к адресату, характерной для большинства постсоциалистических СМИ [Ращибуурская 2014: 169].

КИ заслуживают особого внимания в плане словообразовательной активности – она, как правило, обусловлена актуальностью референта в определенный период, поэтому к самым продуктивным в наше время именным основам следует отнести имена политиков.

Имена российских политиков становятся основой огромного множества окказиональных дериватов, а иногда – и целых серий (или каскадов) таких слов. Приведем примеры ОС, образованных от одной основы: *То есть предлагается гуманный вариант: разделить большое зурабовладение на два маленьких полузурабства, но самого Михаила Юрьевича пополам пока не резать.* (АФ 22.4.2007); *Депутаты зурабят министра* (МК 14.12.2006.); *Лечение по-зурабовски* (АФ 23.2.2007)

Как и в данных выше примерах, негативный оттенок ОС связан с экстралингвистическими фоновыми знаниями о субъекте, имя которого является основой; в данном случае ОС производны от фамилии министра здравоохранения М. Зурабова, объекта серьезной критики со стороны СМИ за многочисленные проблемы в сфере здравоохранения в России.

Разумеется, основой окказиональных дериватов могут быть и имена лиц, не связанных с политикой, но они уступают в активности и важности производным от имен политиков. Ср. примеры: *Но ведь “акунизация” всей страны, которую Б. А. с самого начала обещал, случилась-таки: всякий порядочный человек теперь должен написать легкий романчик, который и он сам, и его соседи прочтут с удовольствием.* (АФ 12.9.2001);

Киркоровомании вокруг нас, к счастью, нет. (МК 16.5.2002); *Дегазанизация вокзалов: И.о. руководителя Департамента культуры Москвы Сергей Капков обратился к руководству Российских железных дорог с просьбой запретить исполнение песни Олега Газманова про Москву на столичных вокзалах.* (Лит. газета 3.7.2013)

К основным способам образования ОС следует отнести суффиксацию, композицию и контаминацию.

Кроме того, отметим и ОС, образованные непродуктивными способами – в них ярче проявляются принципы окказиональности – творимость, необычность, экспрессивность. Ср. об этом: „Наивысшая степень новизны присуща окказиональному слову, созданному „ex nihilo”, не по модели.” [Ханпира 1972: 252].

К ним можно отнести, например, ОС *Трамгнаш* (Газета.ру 09.11.2016) в заглавии текста о важности американских выборов для России и россиян и об отношении к Д. Трампу. Это сложное слово, на наш взгляд, образовано по аналогии с КС *Крымнаш*, возникшего на базе предложения-лозунга *Крым наш!*

Здесь, кстати, можно упомянуть и другие ОС, возникшие по аналогии с *крымнаш* (*парижнаш, космоснаш, кризиснаш* и т. д.), как и различные интересные особенности этого слова. См. об этом: [Цонева 2015].

Действием закона аналогии можно объяснить и окказиональное слово *Трамписит*: *Тогда первой реакцией было эмоциональное: «Все летит к чертям!» Ответ рынков на Трампсит тоже эмоциональный: повышенная волатильность, глобальные фондовые индексы показали снижение, биржи Японии закрыли торги падением, вниз пошли фьючерсы и цены на нефть.* (Компания 14.11.2016)

Катастрофу, о которой говорится в примере, сравнивают с Brexit, и обозначают ее похожим словом. Это слово, разумеется, можно отнести и к контаминации (в нем объединяются

слово *Трамп* и часть слова *exit*; таким же способом, как известно, образовано и слово *Брексит* – путем объединения частей слов *Британия* и *exit*).

Анализ большого количества употреблений отыменных ОС в медиатекстах позволяет отметить особую продуктивность суффиксации как способа образования ОС, в первую очередь, существительных от фамилий политиков.

Суффиксальные производные от КИ имеют различные значения.

Слова с суффиксом *-(из)ация* имеют процессуальное значение и чаще всего обозначают распространение явления: *Подобно Ельцину времен конца перестройки, Навальный уже никого ни о чем не просит. К нему стоит очередь желающих чем-нибудь помочь. «Каждый сам ему приносит и спасибо говорит». И вот эта ельцинизация мне уже решительно не нравится.* (МК 2.11.2011)

Важное место этого суффикса в современном словообразовании подчеркивает Е.А. Земская, которая считает, что каждое новое и важное общественное событие порождает отвлеченное имя на *-ация* [Земская 1996: 107–108].

Перифразируя эту мысль, можно сказать, что каждое новое и важное собственное имя порождает ОС на *-ация*. Подтверждением сказанного можно считать окказиональный дериват *трампизация* от КИ *Трамп* в красноречивом примере о словообразовательной активности этого слова, который приводится выше.

Ср. также: *В прошлом году, кстати, он уже докупил на рынке 1% акций «национального достояния» – сечинизация «Газпрома», что называется, на марше.* (Нов. газета 06.06.2014); *И хотя в риторике Кремля присутствует некое заигрывание с оппозицией, мы в Беларуси отчетливо видим: идет процесс лукашенизации не только России – всего постсоветского пространства.* (НВ 18.6.2012)

Производные с суффиксом *-изм*, как уже было отмечено, называют политические и идейные течения, склонности, пристрастия и т. п.: *Во Франкфурте-на-Майне, сообщает Der Tagesspiegel, в минувшие выходные состоялся семинар рабочей группы политической психологии немецких психологов на тему: «Социальная психология меркелизма».* (Нов. газета 8.5.2014); *«Лукашизм», эдакая смесь коммунизма, махрового латиноамериканского популизма и даже фашизма, – это неавторитарная технология удержания власти.* (НВ 18.6.2012); *«Лукашизм» – ходовой товар на всем постсоветском пространстве* (НВ 18.6.2012)

Скорее всего на грани окказиональности находятся существительные с суффиксом *-изм*, называющие слова, высказывания (чаще всего нелепые, смешные) политического субъекта, обозначенного производящей основой: *Но непререкаемой славой пользовался Джордж Буш-младший, автор так называемых «бушизмов».* В их числе такое бесспорное по своей сути утверждение, что *«люди и рыбы могут мирно сосуществовать».* (Профиль 16.01.2017)

Скандальные высказывания Д. Трампа, нарушающие правила политкорректности и хорошего тона, определяются как **трампизмы** и подробно описываются и анализируются. Ср.: *Дональд Трамп гордится тем, что за словом в карман не лезет и всегда говорит напрямую то, что думает. Но своей “прямотой” он уже успел восстановить против себя самые разные слои и прослойки американского общества. А наиболее безобидные его высказывания пересказывают, как анекдоты и именуют “трампизмы”.*

Отметим, что слово **трампизм** и еще несколько окказиональных производных от фамилии *Трамп* (*трампанутый, трампofilы, трампировать, трампункт*) заняли восьмое место в рубрике „Слово года” в российском конкурсе „Слово года 2016”. О словах года см.: [Цонева 2016].

Сторонников, последователей политических субъектов обозначают словами с суффиксом *-ец*, которые уже рассматривались выше. К ОС правомернее, на наш взгляд, отнести суффиксально-префиксальные образования в следующих примерах: *Странным образом Зиновьев описал и, с позволения сказать, актуальный дискурс «запутинцев».* (НВ 21.10.2007); *Наиболее известный «запутинец» – Герхард Шрёдер, бывший канцлер и личный друг российского президента.* (МК 9.3.2017); *В США на улицы вышли миллионы антирамповцев. Офигеть! А он даже ещё не начал действовать, только говорил и жену с дочками демонстрировал, демон!* (МК 23.1.2017)

К более редким относится, на наш взгляд, ОС с различными другими суффиксами: *Это 21,3% объема американской экономики, что больше, чем в первые 4 года обамовщины, и примерно столько, сколько в среднем в последние несколько десятилетий.* (МК 1.6.2017); *ЦИК от чуровщины не избавился* (Нез. газета 4.8.2016); *Новоявленный термин «макронит» сделался частью французского лексикона, что окончательно подтвердило: избирателям нужна новая фигура. «Макронит» – это вера в чудо масштабом в один Макрон.* (Нез. газета 6.2.2017)

Специального внимания требуют интересные окказиональные производные с иноязычным суффиксом *-инг*, которые имеют процессуальное значение и называют, как правило, действие или его результат, связанные с производящей основой.

Использование суффикса *-инг* в современном русском языке является предметом внимания многих авторов. Отметим статью А.И. Дьякова и Е.В. Скворецкой, которые пришли к выводу, что этот суффикс завоевывает свои позиции в русском словообразовании: будучи непродуктивным в конце XX века, в начале XXI в., благодаря СМИ и Интернету, он активизировал свою словообразовательную активность и превратился в полноценную «русскую» словообразовательную морфему [Дьяков 2013: 186].

Активность суффикса *-инг* подтверждается тем, что в качестве производящих основ в новых существительных выступают не только глаголы, но и существительные, в том числе собственные имена.

Так, в первые месяцы 2013 г. появилось слово *пехтинг*, производное от фамилии депутата В. Пехтина, сложившего свои полномочия после того, как у него нашли незадекларированную недвижимость в США. Этим словом сначала обозначали уход депутатов из Государственной Думы, но постепенно оно обогатилось новыми оттенками значения, как правило, негативно окрашенными: *За это время понятие «пехтинг» успело не только появиться, но и несколько раз изменить смысловую нагрузку. Сначала «пехтингом» называли возможный массовый исход депутатов из Госдумы. Позже – «пехтинг» начал означать капризы: я уйду, но вы мне сначала тепленькое местечко подыщите.* (МК 7.3.2013)

Основой производных с суффиксом *-инг* стали и другие КИ: *Вы, кстати, оказались героем очередного скандала: вас обвиняют в сокрытии иностранного бизнеса, акций болгарской компании «Мари Хаус». Может быть, именно в этом состоит спасительный для власти выход: бить врага-оппозиционера его же оружием – на «пехтинг» отвечать «гудковингом»?* (Итоги 8.4.2013); *«Пехтинг» стал «навальнингом». Владимир Пехтин оправдался за недвижимость, он подает на Навального в суд* (МК 26.4.2017)

Анализ производных от КИ позволяет обобщить, что бесспорный “герой” суффиксального окказионального словообразования (как, впрочем, и отонимного словообразования вообще) – В. Путин.

КИ *Путин* – основа множества игровых производных, которые относятся к различным частям речи: *А как оценивают семилетнюю «путиану» академические аналитики?* (АФ 23.5.2007); *Троцкизм, интернационализм, путинизм* (МК

22.10.2012); *«Медвединки» и «путинки»* (Известия 30.12.2008); *Патриотизм по-путински: боязнь за собственную задницу* (Собеседник 5.4.2015)

Добавим и окказиональные прилагательные от основы *Путин*: *Постпутинскую* пустоту могут заполнить политические тролли (Газета.ру 26.2.2013); *До самого последнего времени фонд имел репутацию «околопутинского», что, кстати, само по себе стимулировало многих спонсоров давать деньги.* (МК 17.2.2012)

Особый интерес представляют и другие ОС от основы *Путин*, созданные путем композиции или контаминации, о которых будет сказано ниже.

Можно отметить, что фамилия *Путин* является основой многих окказиональных производных и в других языках. Отметим ОС в болгарском языке, которые уже были предметом нашего анализа [Цонева 2011]. *Ср.: Дали ще има путинизиране, ми е трудно да кажа, макар че има доста сигнали за това.* (24 часа 27.11.2012); *Уволнението на Иво Инджев – мирис на путинщина* (Дневник 21.4.2006); *Шматко и Насиров се фръцкат в Безпутинщината* (Сега 10.4.2009); *В помощ на Ехуд Барак – нашата оферта за още един путинизъм.* (Сега 27.1.2009)

Словообразовательная активность фамилии *Путин* является предметом специального внимания в работах многих авторов. И.А. Нефляшева, например, приходит к выводу, что словообразовательное гнездо с вершиной *Путин* намного обширнее по количеству производных по сравнению со всеми подобными; кроме того, большую часть этих производных можно отнести к игровым – они отличаются яркой экспрессивностью и нестандартностью, особенно заметной „в такой заформализованной, этикетной и корректной по выражениям сфере, как обозначение первого лица государства” [Нефляшева 2008].

К игровым можно отнести и производные с суффиксом – *оид*, в которых содержится подчеркнуто негативная оценка называемых лиц: *Новые путиноиды – движения «Антимайдан», «НОД» и SERB – устроены иначе: схемы финансирования стали сложнее, а любовь к президенту – сильнее.* (МК 26.11.2015); *Когда я это высказал несколько раз, попал в стан перебежчиков, врагов, путиноидов и мракобесов. Я не хочу числиться ни за каким отрядом.* (МК 13.11.2015); *Екзальтированная путиноидша не узнала Чичваркина* (Собеседник 25.10.2014)

Высокой частотностью в СМИ наших дней отличается слово *путинг*. Ср. *На следующей неделе трое сотрудников телекомпании “ТВ6-Владимир” отправятся на допросы. Двум ведущим и одному монтажеру придется отвечать на вопросы: по какому праву они в новостях употребили выражения “путинг” и “верные путинцы”?* (МК 11.1.2008)

О появлении этого слова А.И. Дьяков и Е.В. Скворецкая пишут следующее: „Слово “путинг”, которое осенью 2007 года вошло в обиход как обозначение предвыборных акций сторонников тогдашнего президента Владимира Путина, является комбинацией корневой морфемы “пут” (сокращенная форма от Путин) и английского аффикса *-инг*, при помощи импозиции (наложения) “ин” из фамилии и суффикса достигается юмористический эффект: *“Путинг предупреждает о расколе по религиозному признаку”* [Дьяков 2013: 184].

По мнению И.А. Нефляшевой, слово *путинг*, удачно сочетающее семантическую емкость и структурную краткость, имеет три самостоятельных значения: 1. Огосударствление нефтяной отрасли в России и шире – стиль экономического управления при Путине; 2. Рейтинг Путина; 3. Митинг в поддержку Путина. [Нефляшева 2008].

Нами же зафиксировано множество примеров употребления слова *путинг* только в третьем значении. Ср.: *Синие ведерки устроят праздничный “путинг”*: Активисты напомнят

будущему президенту о том, что он обещал убрать мигалки с дорог (МК 4.4.2012); В городском саду Твери в полдень состоялся Фестиваль муниципальных образований “Земляки”. Но людская молва сразу же окрестила его “**путингом**”. (МК 18.2.2012); В эфире канала прошел сюжет о форуме сторонников Владимира Путина в Лужниках. Он сопровождался надписью «**путинг**» и «молодые путинцы». Словом «**путинг**» журналисты назвали «митинг в поддержку Путина». (МК 10.1.2008); Морозным московским утром 4 февраля сторонники оппозиции прошествуют на митинг, а противники – на **путинг**. (МК 4.2.2012)

К новым окказиональным дериватам отнесем и *путингующий*, хотя сам глагол *путинговать* нами не зафиксирован: **Путингующие** заполнили «Лужники» (МК 24.2.2012)

Этот факт, кстати, отмечается в одном из материалов интересной рубрики „Записки лингвиста” в блоге „Самарский обыватель” (8.1.2008). Автор текста, перечисляя производные от слова *Путин*, в том числе *путинг*, отмечает, что нет глагола *путинговать*.

В связи с этим стоит отметить, что отонимных глаголов вообще очень мало, но они очень экспрессивны.

Подтверждением сказанного может служить следующие примеры: *Оппозиция выкорчевана, ее лидеры измельчали, “ухакамадились”*. (АФ 1.8.2009) – ОС образовано от фамилии И. Хакамады, которая ушла из политики в 2008 г.; *Европа заюлила* (Газета.ру 19.12.2011) – ОС обозначается реакция европейских стран на приговор по делу Ю. Тимошенко.

Игровое как проявление словотворчества ярко демонстрируют ОС, образованные путем **композиции**.

Сложные слова, как и гибридные образования (контаминации) обладают большими возможностями для создания кратких номинаций, что объясняется наличием в их составе нескольких производящих основ, каждая из которых формирует значение нового слова [Рацибурская 2014: 221].

К ОС, образованным путем композиции, отнесем следующий яркий пример объединения КИ и жаргонного слова: *То есть напечатанные “обамабаксы” будут выплескиваться из американской экономики, растекаться по миру и сеять глобальную инфляцию?* (Итоги 26.1.2009)

Активны образования, которые созданы объединением КИ с иноязычным формантом или словом с соединительной гласной: *Как в психиатрии есть отдельные отрасли – шизофренология, эпилептология и другие, так и в политологии, по видимому, скоро появится особый раздел – „бушефрения“.* (АФ 24.12.2003) или без нее: *Высшая добродетель в Хиллариленде – лояльность.* (Профиль 10.4.2015)

Большая часть ОС в этой группе образована с продуктивными в образовании сложных слов иноязычными формантами, подробно описанными в уже упоминавшейся работе Л.В. Рацибурской, Н.А. Самыличевой и А.В. Шумиловой [Рацибурская 2014].

Назовем некоторые из них:

-ленд: *Демократия – как живое существо: далека от совершенства, испытывает риски, вызовы, угрозы и искушения. На этот раз она испытание выдержала. Пусть мы и прогнулись в незнакомой стране: **Трамплэнд**.* (МК 9.11.2016);

-гейт: *Возможен ли **Трампгейт**: за что президента можно подвести под импичмент* (МК 4.7.2017); *Грузия на пороге “**Мишагейта**”* (МК 19.11.2012) (Как уже было отмечено, формы *Миша, Мишка, Мишико, Михо* часто используются в современных СМИ для номинации М. Саакашвили, а также включаются в ЯИ.);

-фоб, -фобия: *Оппозиция уступает “**трампфобию**” Кремлю* (Нез. газета 28.02.2017); *Однако обыватели в Портленде – это всего лишь случайные жертвы “**Трампфобии**”.* (МК 11.11.2016);

-фил, -филия: Чрезмерная **«трампофилия»** и упование на «большую сделку» могут сослужить Кремлю плохую службу. (Нез. газета 17.2.2017)

-мания: Францию охватила **сеголеномания** (Итоги 1.7.2006); В американских и европейских газетах уже пошёл негатив – мол, обманул президент сторонников, изжил себя. Слабый он, безвольный. **«Обамамания»** кончилась. (Лит. газета 16.2.2009); За сто дней президентства нового американского лидера **обамомания**, которой заболела страна, еще не пошла на убыль. (Итоги 27.4.2009); Достаточно много обстоятельств указывает на то, что **шульцемания** не продлится долго. (МК 9.3.2017)

К приведенным выше ОС, образованным от фамилий зарубежных политиков, добавим высокочастотное **трампомания**, которое, как и другие ОС, подтверждает важное место КИ Трамп в современном словообразовании: *Российский политический класс охватила волна **трампомании**. Многие политики и публицисты полны самых радужных надежд.* (Завтра 19.11.2016); *Боюсь, от поветрия **трампомании** нам останется лишь облатка – на память.* (МК 15.1.2017); *Западные стилисты увлеченно обсуждают, что вызывает нестандартная прическа новоиспеченного президента США – **трампоманию** или **трампофобию**?* (МК 10.11.2016)

В поддержку сказанного выше о важном месте фамилии Путин в окказиональном словообразовании приведем и примеры производных, образованных путем композиции: *Египетская **путиномания**: перед дворцом устроили иконостас из портретов ВВП; Российские дипломаты говорят, что местная «**путиномания**» объясняется прежде всего отношением президента Сиси.* (МК 10.2.2015); *Скорее уж латентные **путинофобы** столицы из-за санкций изменяют свой life style, перекопают английский газон своих дачных участков в картофельные грядки – и это отвлечет их от всяких шестивий врагов*

народа. (МК 19.1.2015); *Но путинофобия, развившаяся сейчас в крайней форме у ультралибералов, не менее опасна, чем путинофилия, от которой страдают многие пропрезидентские политики.* (МК 27.10.2004); *При всем внешнем несходстве между Голдуотером и особо яростными путинофобами есть нечто общее.* (МК 27.10.2004)

Окказионализмы, образованные от КИ с суффиксоидами *-мания, -фобия* определяются следующим образом: „... асистемные экспрессивные окказионализмы – пейоративные *nomina abstracta*, указывающие на умственную и психическую неполноценность чрезмерно активных сторонников или противников государственных и политических деятелей” [Рацибурская 2014: 162].

К ярким композитам отнесем следующий пример в заглавии медиатекста: *Путинолизы* (МК 23.3.2013). Негативная экспрессия слова, которым обозначаются чиновники, старающиеся всячески угодить президенту, подчеркивается в тексте: *Я понял, наконец, зачем такое количество чиновников наплодила независимая Россия. Вылизывать власть!*

Этот пример – очередной повод обратить внимание на речевую агрессию, которую нередко можно найти в игровых образованиях в современных СМИ [Рацибурская 2014: 201].

К единичным примерам суффиксальных образований отнесем следующий: *Чего хотят и чего добиваются эти саакашвилиеды, угнездившиеся на федеральных каналах? Дискредитации бывшего грузинского лидера и нынешнего одесского губернатора?* (Нов. газета 24.9.2015) Здесь, на наш взгляд, можно говорить об „имитации терминологичности” – в нем сочетание книжного суффикса с основой направлено на создание экспрессивности.

В рамках окказионального словообразования особое место занимает **контаминация** с ее действительно безграничными возможностями в создании новых слов.

О.С. Иссерс подчеркивает, что ОС, созданные путем контаминации (междусловного наложения), можно отнести к наиболее ярким примерам «нового русского слова» [Иссерс 2014:56].

Наши наблюдения, как и наблюдения авторов многочисленных исследований, посвященных окказиональному словообразованию, позволяют обобщить, что контаминация исключительно активна в медиатекстах.

Для обозначения этого словообразовательного способа используются различные термины – *гибридные слова, диффузия, блендинг, словослияние, междусловное наложение* и т. д. [Кадырова 2014: 200].

В.З. Санников относит к контаминации те случаи ЯИ, когда: «1) формально в новообразовании представлены, хотя бы одной буквой (точнее, фонемой), оба исходных слова; 2) в значении новообразования сложным образом переплетаются значения обоих исходных слов» [Санников 1999: 164].

Контаминация, по мнению многих авторов, представляет собой особый способ компрессивного словопроизводства – новая лексическая единица образуется на базе объединения двух (редко – более двух) слов в результате совмещения их частей (начальных или конечных).

Интересные наблюдения над контаминированными единицами представлены в работе Г.Р. Искандаровой. По ее мнению, результатом контаминации является создание слов не только новой структуры, но и новой семантики [Искандарова 2014: 304].

Например, ОС в следующем примере объединяет слово **премьер** и часть слова *президент*: *Два молодых человека изобразжали Путина и Медведева с помощью велосипеда-тандема. «Медведев» вышел первым, но слегка замешкался и покорно уступил руль, а заодно и слово, своему коллеге, «премьерзиденту Путину».* (Газета.ру 15.11.2011)

К подобным ОС, на наш взгляд, можно отнести слова Е.А. Земской: «Окказионализмы показывают, на что способен язык при порождении новых слов, каковы его творческие потенции, глубинные силы.» [Земская 1996: 180].

И. Паси относит объединение двух значений (обозначенных двумя словами) в новое, несуществующее слово, к смешным контаминациям. При такой контаминации, как он подчеркивает, два значения провоцируют друг друга, намекают на что-то скрытое в их отношениях, на что-то недопустимое или ненормальное, в то время как объединение получает формальное выражение в новом слове [Паси 1972: 170].

Разумеется, не все случаи контаминации можно отнести к смешным, но их довольно много. Таким, на наш взгляд, является слово **Трампозавр**, включающее в себя фамилию *Трам* и вторую часть *-завр* (компонент, входящий в названия различных рептилий, в том числе хищных – *динозавр*, *птерозавр*, *тиранозавр* и т. д.): *Его сторонники говорят, что если эти люди пойдут работать и будут получать зарплату, а не фудстэмпы, они будут счастливее и увереннее в себе. Может, и так. А может, они проголосуют в следующий раз за Хиллари или Берни, которые пообещают вернуть им отобранную **Трам-позавром** социалку. Кто знает? Список учреждений, над которыми висит секира **Трампозавра**, гораздо длиннее, но я уже навлек на себя гнев музейных работников, библиотекарей, художников, ученых и других лиц, которым мужлан Трамп намерен перекрыть финансовый кислород, так что пора закругляться и уносить ноги.* (МК 1.6.2017)

Среди контаминированных образований многочисленны ОС с первой частью КИ и второй частью *-номика*. В такие единицы включаются фамилии президентов, премьер-министров, министров финансов, т. е. тех субъектов, которые определяют экономическую политику страны.

В таких ОС, как правило, содержится негативная оценка называемого явления, подтверждаемая нередко контекстом.

Такую оценку получает экономическая политика А. Кудрина в данном примере: *В течение десятилетия ведомство Кудрина «сушило» российскую экономику, не позволяя ни бизнесу, ни государству реализовывать масштабные программы по развитию реальных секторов, строительству инфраструктуры и развитию внутреннего рынка. Одновременно Минфин щедро спонсировал американскую финансовую систему. Оппоненты бывшего министра прозвали такой экономической курс «кудриномикой».* (МК 17.6.2016)

Ср. также: *Условия успеха путиномики* (АФ 22.1.2000); *Лучшее – враг хорошего. Усовершенствовать отлаженную машину «меркеленомики» очень сложно, а вот сломать – раз плюнуть.* (МК 9.3.2017)

Невероятно высокой частотностью в последние несколько месяцев отличается слово *трампномика*. Это связано, на наш взгляд, с актуальностью темы о направлении работы нового президента Д. Трампа и о важных реформах в сфере экономики и здравоохранения, предпринятых им. Экономическая политика Д. Трампа включает, например, серьезное урезание бюджетных расходов на социальные пособия, на финансирование музеев, галерей, библиотек и т. д.

Приведем часть примеров с этим словом: *“Рейганомика” включала сокращение госрасходов и налогов, дерегуляцию, жесткую борьбу с инфляцией. “Трампомика” не менее радикальна.* (Деньги 2.5.2017); *“Трампомика” в том виде, в котором она представляется сейчас, будет снижением корпоративных налогов, ростом инвестиций в образование, отказом от борьбы с климатическими изменениями, более активной политикой в торговых переговорах.* (КоммерсантЪ 10.11.2016); *Излагая основные принципы «трампномики», ее создатель тоже исходил из осознания колоссальных вызовов и угроз, с которыми столкнулись Соединенные Штаты.* (Нез. газета 27.2.2017)

В нашей выборке есть несколько примеров контаминации двух онимных основ: *БерлусПутин (L'anomalo bicefalo)* (НВ 20.2.2013) – заглавие текста о спектакле о тесной дружбе В. Путина и С. Берлускони.

Две фамилии, *Меркель* и *Саркози*, „мерцают” в ОС *Меркози*, появившемся во время экономического кризиса; оно является компрессированным выражением активной совместной работы лидеров двух стран для решения кризисных проблем: *Однако перед лицом кризиса „Меркози” (как окрестили альянс лидеров двух стран) стараются противоречия затушевывать.* (МК 3.12.2011)

Игровая направленность новообразования подчеркивается в следующем примере: *Дело спасения Европы берут в свои руки Ангела Меркель и Николя Саркози (остряки сразу запускают в обиход термин „Меркози”).* (НВ 26.11.2011)

Два онима, на этот раз личные имена *Билл* и *Хиллари*, объединяются в ОС *Биллари*: *Тем временем дед моего внука, то бишь автор этой статьи Владимир Соловьев, получает благодарственное письмо от Дональда Трампа, который разузнал про московское издание нашей в соавторстве с Еленой Клепиковой (по совместительству моя жена) книги про него и сообщает, что хоть книга по-русски, но он выставил ее на всеобщее обозрение в своей штаб-квартире в Trump Tower на 5-й авеню как доказательство своей популярности в России, а с ней он хочет установить нормальные отношения, а то сейчас, при чмо Обаме, они ниже плинтуса, а при **Биллари** Клинтонках, если они вновь, хоть и путем рокировки, оккупируют Белый дом, опустятся еще ниже, хоть и ниже и некуда.* (МК 25.9.2016)

Рассмотрим и заглавие медиатекста с одним из самых интересных ОС последних дней: *“Путолини”*: *швейцарская пресса сравнила Путина с Муссолини* (МК 12.8.2017)

Появление этого ОС связано с эпизодом из жизни В. Путина, который получил широкий общественный резонанс в

российских и зарубежных СМИ и социальных сетях. Речь идет о президентской рыбалке на высокогорном озере в августе 2017 г. Особый интерес вызвали и фотографии В. Путина с голым торсом, держащего огромную щуку, породившие множество иронических комментариев о физической форме В. Путина, о щуке как символе в русской культуре и т. д. (В связи с этим следует еще раз упомянуть важную роль в современных СМИ визуального образа политика – описания внешности, одежды и т. д.)

Швейцарские журналисты пошли дальше – они нашли сходство между фотографиями В. Путина и фотографиями фашистского диктатора Б. Муссолини, что можно определить как вербальную агрессию или провокацию.

К формам речевой или вербальной агрессии, понимаемой как желание унижить, оскорбить, высмеять и т. п., относится и инвективная лексика.

Переключка с инвективными лексемами усиливает речевую агрессию, и особенно шокируют читателя новообразования, вызывающие ассоциации с обсценной лексикой [Рацибурская 2014: 203].

На такую лексику рассчитывает автор текста *Жёпардьё – сын полка* (МК 3.1.2013) – одного из множества текстов, посвященных российскому гражданству французского актера Ж. Депардьё. „Технология создания” ОС *Жёпардьё* описана самим автором: *Здесь он станет своим в доску, станет гостем на всех кремлёвских банкетах, научится называть друзей уменьшительными именами: Вова, Дима (или Димуля). И ему, конечно, тоже дадут удобное, простое и понятное имя – начало от Жерара + конец от Депардьё – получится Жёпардьё, а ласково Жёпа. Всё равно не поймёт, а если поймёт – не обидится. А если и обидится – что взять с народа? Народ привык давать прозвища заезжим футболистам, артистам и даже собственным вождям.* (МК 3.1.2013)

Многократно употребляется это ОС и в другом тексте того же автора: *Затея удалась. Ни о чём другом не слышно. Вот Жёнпардые в Саранске, и глава Мордовии предлагает ему пост министра культуры и дарит квартиру (неизвестно за чей счёт – за свой или за счёт очередников).* <...> *А у нас на телеэкранах здоровенный Жёнпардые в мордовской расшитой рубашке, с двумя котятами в руках. Сколько он может выпить – даже нам за ним не угнаться.* (МК 9.1.2013)

В связи со сказанным стоит обратить внимание на востребованность таких ОС в изданиях оппозиционной направленности, для которых характерна повышенная негативная экспрессивность, нередко перетекающая в речевую агрессию.

Некоторые случаи контаминации можно трактовать неоднозначно.

Не лишена основания, например, трактовка некоторых контаминированных слов как ложноэтимологической реноминации или ассоциативно-паронимических окказионализмов [Цонева 2000: 61].

Подобные образования имеют, как правило, комический эффект, в связи с чем Е.А. Земская относит их к “веселому словообразованию” [Земская 2007: 642].

Например: *Маккейна опять забараковали* (МК 8.10.2008) – заглавие текста о победе Барака Обамы, опередившего Д. Маккейна в президентских выборах.

В слове *забараковать* содержится значение исходного слова (*забраковать*), но и слова-стимула *Барак*, которое можно найти как в словесном контексте, так и в затекстовых ситуациях.

Ср. также интересный пример в болгарском языке, где исходным является слово *олимпиада*, а словом-стимулом – *КИ Путин*. В новом слове *Путиниада* подчеркивается, что Олимпиада 2014 проводится в г. Сочи только из-за В. Путина: *Всички обаче са убедени, че всичко се прави единствено заради егото на президента Владимир Путин, който е един от най-големите*

фенове на курорта. Затова сега светът очаква да стартира Путиниадата. (24 часа 1.2.2014)

В рамках контаминации выделяется упомянутая уже графическая гибридизация – контаминация с графическим выделением части нового слова.

В таких случаях достигается экономия речевых средств – „...автор, не выходя за рамки формальных границ слова, предъявляет адресату еще одно, существующее в исходном [Рацибурская 2014: 222].

Многие ОС с графическим выделением действительно можно отнести к паронимической аттракции.

Так, в следующем примере можно найти паронимическое сближение слова *садомазохизм* и окказионального образования из слов *мазохизм* и выделенной крупным шрифтом части слова *Саддам*: **САДДАМ***мазохизм* (МК 10.9.2005) – заглавие текста о начале издательского (по мнению автора) процесса над Саддамом Хусейном, в котором выделенная шрифтом часть направляет внимание на содержание текста, а новое слово настраивает на определенное восприятие этого содержания.

Сочетанием из двух слов является ОС и в следующем примере, где обыгрывается фамилия президента Грузии М. Саакашвили. Выделенное шрифтом слово (аббревиатура США) направляет внимание на зависимость политики президента от США: *Отчего **США**акашвили впадает в истерику?* (АФ 22.9.2006)

Добавим пример с КИ *Трамп*: *Успешная **ТРАМП**лантация* (АФ 1.2.2017) – заглавие текста о страстях вокруг выбора нового президента США (определенного как успешная трамплантация) и возможном импичменте Д. Трампа.

К интересным примерам графического гибрида можно отнести и следующий: *Асадное положение. Во что выльются сирийские волнения?* (МК 5.10.2015) – в ОС можно найти паронимическую близость со словом *осадный*, в котором выделяется красным цветом *Асад* – фамилия президента Сирии Б. Асада.

Добавим в конце анализа ОС примеры из уже упомянутого текста *Трампотня и трампизмы*, образованные способами композиции и контаминации: **Трампутизм** – совместная политика Трампа & Путина; **Трампутинист** – сторонник союза Трампа и Путина; **ТрамПутин** – симбиоз, дружба президентов. Взаимоотношения Трампа и Путина либо президентская (если) «перезагрузка» отношений между их странами.; **Трампобеда** – победа Трампа на выборах; **Трампездник** – праздник на улице Трампа в случае его победы; **Трампобед** – обед в честь инаугурации Трампа; **Трампономика** – по принципу «рейганомика»: экономика после предполагаемого прихода в Белый дом Трампа; **Трамперия**, страна Трамперия – США в президентскую каденцию Трампа (если таковая случится) (МК 14.10.2016)

3.4. Прецедентные тексты с ключевыми именами

Использование **прецедентных текстов** – фрагментов из других текстов, известных представителям данного лингвокультурного сообщества и часто воспроизводимых в речевой коммуникации, – одна из самых ярких форм ЯИ в современном медиатексте.

Активизацию таких единиц в медиадискурсе конца XX века отмечают многие авторы, используя для их обозначения различные термины.

А.Е. Супрун определяет элементы из других текстов как текстовые реминисценции – осознанные или неосознанные, точные или преобразованные цитаты или отсылки к другим текстам в новом, более позднем тексте [Супрун 1995: 17].

Цитацию и ее различные функции в публицистике анализирует Е.А. Земская: „Порождая двуплановость или многоплановость, „включенный текст” служит целям языковой игры

разного рода: способствует поэтизации текста, создает поэтический намек, подтекст, рождает загадку, создает ироническое, саркастическое, гротескное, трагическое или иное звучание, способствует иерархизации смысла, „выделению смысловой доминанты” (М.Н. Кожина), придает бытовой фразе смысл иносказания – политического, поэтического, философского или какого-либо иного, иногда просто рождает непритязательную шутку.” [Земская 1996а: 167].

В.З. Санников тоже говорит о цитации – цитировании широко известных текстов, зачастую неточном, кардинальном изменении их смысла в новом контексте и производимом комическом эффекте [Санников 1999: 476].

С.И. Сметанина анализирует цитатное письмо, суть которого, по ее мнению – в переработке (интеллектуальной, эмоционально-оценочной, формальной) „чужого” текста-цитаты и повторного его использования в качестве средства номинации по отношению к реальным ситуациям или лицам в медиатексте [Сметанина 2002: 109].

Г.Я. Солганик подчеркивает, что использование «чужого текста» – безусловная находка современной публицистики, которая обладает значительным выразительным потенциалом и будет развиваться и совершенствоваться [Солганик 2001: 335].

Сказанное Г.Я. Солгаником в 2001 г. подтверждается высокой активностью таких единиц в современных российских СМИ.

В многочисленных исследованиях последних лет, посвященных этим важным для медиатекста единицам, используется прежде всего термин прецедентный текст.

Термин *прецедентный текст* (ПТ) чаще всего связывают с Ю.Н. Карауловым и его анализом языковой личности. По мнению ученого, ПТ – это тексты, значимые для языковой личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер; ПТ можно определить как „хрестоматийные”, и их знание указывает на включенность

индивида в сферу действия современной культуры. [Караулов 1987: 216].

ПТ, как и прецедентные феномены вообще, играют важную роль в формировании национальной культуры, поскольку являются отражением исторического опыта народа. Ср. об этом: «Система прецедентных феноменов служит одним из инструментов трансляции „культурной“ памяти народа от одного поколения к другому и одновременно становится способом объединения народа вокруг культурных ценностей и нравственных идеалов.» [Нахимова 2011: 11].

Использование ПТ – одно из ярких проявлений тенденции к интеллектуализации текстов современных СМИ, которую можно толковать как „усложнение смысла, требующее при восприятии и интерпретации текста читателем дополнительных интеллектуальных усилий: содержание смысла нельзя вывести из семантики составляющих его единиц” [Кормилицына 2007: 395].

ПТ используются в медиатекстах разных жанров как в своей исходной, основной форме, так и в измененной, трансформированной.

Даже нетрансформированные ПТ редко используются в чисто номинативной функции, они скорее всего экспрессивно нагружены. Их можно воспринимать и как сентенции, как «носители вечных истин, обобщающие или возвышающие смысл (нередко довольно частный) газетной статьи» [Земская 1996а: 161].

В трансформированных ПТ ярко проявляется игровое, творческое начало в использовании языка. К ним относится сказанное Ю.Н. Карауловым: «... измененные говорящим, данной языковой личностью применительно к случаю, но в твердой убежденности, что они остались узнаваемы, восстанавливаемы» [Караулов 1987: 231].

Г.Я. Солганик, анализируя трансформированные ПТ как форму ЯИ, подчеркивает: “Узнавание старых слов в неожидан-

ном контексте дает безусловный эстетический эффект, во-первых, благодаря внезапности появления знакомых слов в тексте, во-вторых, благодаря элементу игры: вольно или невольно мы пытаемся узнать, вспомнить знакомые слова, сопоставляя их с контекстом.” [Солганик 2001: 330].

Как и другие формы ЯИ, ПТ очень часто располагаются в заглавии медиатекста. В таких случаях ПТ направляют внимание на содержание текста, а также определяет отношение адресата к событиям или лицам, которые представлены в нем. Знакомое адресату выражение может усилить, подчеркивать стилистическое звучание нового контекста или, наоборот, обладая контрастной окраской, придавать ему ироническое, шутовское звучание.

Ср. об этом у Г.Я. Солганика: „В неожиданном появлении известных слов в новом для них контексте, во взаимодействии их с контекстом и заключается эмоциональная, выразительная сила данного приема” [Солганик 2001: 330].

Приведем примеры с трансформированными ПТ в заглавиях медиатекстов: *Герой своего времени* (Компания 26.9.2016) – текст об юбилее экс-мэра Москвы Ю. Лужкова; *А нужен нам берег турецкий...* (НВ 4.7.2016) – текст о перемене отношений В. Путина и Р. Эрдогана и восстановлении прерванных торговых отношений между Турцией и Россией; *Это сладкое слово „эмбарго”* (МК 5.10.2015) – текст об отношении россиян к экономическим санкциям; *Вот и встретятся два одиночества* (Профиль 1.7.2017) – текст о предстоящей встрече В. Путина и Д. Трампа. Ср. исходные цитаты, которые подвергаются трансформации: *Герой нашего времени* (заглавие романа М.Ю. Лермонтова); *Не нужен нам берег турецкий* (строчка из популярной песни „Летят перелетные птицы”); *Это сладкое слово свобода* (название советского кинофильма); *Вот и встретились два одиночества* (строчка из популярной песни В. Кикабидзе).

Трансформируя цитату, автор рассчитывает на ее эстетический потенциал в тексте-источнике, как и на ее эффект в новом тексте. Цель такого приема, по мнению Б.Ю. Нормана – “...сочетать коммуникативные и эстетические функции, они соотносят конкретный речевой акт с культурно-литературным багажом и эстетическим опытом читателя.” [Норман 1994: 95].

Трансформированный ПТ служит не только для привлечения внимания, но и настраивает на определенное отношение к выражаемому содержанию.

Например, строчка *Страшнее кошки зверя нет* из басни И.А. Крылова „Мышь и крыса” трансформируется для выражения иронической оценки “смелых” высказываний президента М. Саакашвили о готовности грузинской армии победить русскую: *Страшнее Мишки зверя нет* (МК 10.8.2006) Ироническая оценка личности и конкретных действий М. Саакашвили усиливается благодаря форме *Мишка* (как было отмечено выше, гипокористические формы *Миша*, *Мишка*, *Михо*, *Михико* часто используются для подчеркивания незрелости, несерьезности его действий).

ПТ с включением КИ имеют свои специфические особенности. По нашим наблюдениям, если в ЯИ с ПТ вообще возможны три вида трансформации (замена, расширение или усечение компонентов), а также их комбинации (например, замена и расширение), то трансформации с КИ чаще всего строятся на **замене компонента**.

Для анализа ПТ в медиатексте важное значение имеют и их источники, которые, как и названные выше трансформации, традиционно привлекают внимание исследователей, и новые компоненты, которые включаются в знакомый текст.

Источники ПТ в современных СМИ очень разнообразны – от библейских текстов до анекдотов и рекламных слоганов.

В работе О.В. Фокиной, посвященной этой теме, выделяются различные типы дискурса как источники ПТ, среди

которых важное место занимает эстетический дискурс (кинематограф, музыка, художественная литература) [Фокина 2007].

Именно эстетический дискурс, при всей условности такого определения, – основной источник цитирования и в нашем материале, ограниченном прежде всего использованием КИ в трансформациях ПТ.

Говоря об этой группе источников, следует отметить, что „пальма первенства” здесь принадлежит русской литературе (классической и современной), а также кино и музыке советского времени.

Обратимся к таким примерам с включением КИ.

Известная строчка из стихотворения Ф. Тютчева *Умом Россию не понять* используется активно в современной коммуникации для оценки чьих-то необъяснимых, нелогичных действий. Ее включение в данное заглавие направлено на негативное восприятие содержания текста, в котором говорится о призыве Б. Обамы объединиться против России: *Умом Обаму не понять* (Рос. газета 29.09.2014)

Популярная фраза из телесериала „Семнадцать мгновений весны” *Штирлиц, а вас я попрошу остаться* стала заглавием текста: «*А Вас, Путин, мы попросим остаться*» (Профиль 18.03.2017), в котором анализируется актуальная тема – предстоящие президентские выборы в России и участие В. Путина в них, отношение к которому в целом негативное. Основная тема в этом тексте выражена в лиде: *Чиновники и парламентарии ищут возможности для пожизненного правления Владимира Путина*.

Говоря о ПТ из музыкальных произведений, нельзя не упомянуть особо активные среди них строчки из песен В. Высоцкого. Ниже рассмотрим два случая трансформации одной и той же строчки из песни *Жираф большой, ему видней*, которая, как известно, используется и в заглавии, и в припеве: *Тут поднялся*

галдеж и лай, И только старый попугай Громко крикнул из ветвей: – Жираф большой – ему видней!

Первый пример можно отнести к редким случаям выражения положительной оценки политического субъекта, несмотря на ироническую окраску исходного текста: **Ширак большой, ему видней** (Итоги 19.3.2007) – заглавие текста об уходе французского президента Ж. Ширака и его великой политической карьере.

Наоборот, иронический оттенок содержится в другой трансформации того же ПТ в заглавии текста о Ж. Депардье: **Жерар большой – ему видней** (Коммерсантъ 19.2.2013)

Здесь налицо столкновение между „несерьезным” заглавием (в котором есть еще и „намек” на внешность Ж. Депардье, традиционный объект обсуждения в СМИ) и серьезным текстом о пропаганде российской модели успешного развития и использовании российского гражданства Ж. Депардье для подтверждения этого.

Менее частотны в современных российских СМИ ПТ (по крайней мере с включением КИ) из зарубежного эстетического дискурса.

Заглавие **Володин там, Володин здесь** (Профиль 28.01.2017) является трансформированной строчкой *Фигаро тут, Фигаро там* из оперы „Севильский цирюльник» Д. Россини, в основе которой лежит пьеса П. Бомарше “Женитьба Фигаро”. Благодаря популярности оперы Фигаро стал символом человека, который вынужден делать тысячу дел одновременно и быть в нескольких местах в одно и то же время. В тексте подчеркивается именно факт, что спикер Госдумы В. Володин пытается не только руководить депутатами, но и влиять на работу Администрации президента.

Второй пример представляет собой трансформацию заглавия американского фильма „Спасти рядового Райана”. Он зафиксирован в разгар экономического кризиса в России, когда в СМИ

активно обсуждалась тема об огромных потерях олигархов и о помощи для них со стороны государства (оправданной во многих случаях, особенно в так наз. „градообразующих” предприятиях, принадлежащих тем же олигархам). Ср.: *Народу наверное, захотелось бы спросить, а почему же власть бросилась спасать “рядового Абрамовича”, а не посоветовала ему продать для оплаты долгов английский “Челси”, лондонские особняки или часть яхт?* (АФ 9.1. 2009)

Трансформацию ПТ можно воспринять иронически, в том числе благодаря довольно необычному сочетанию *рядовой Абрамович* для обозначения далеко не рядового человека.

Говоря о выборе источников цитирования, можно отметить, что некоторые ПТ оказываются очень „удобными” именно для ономастической игры. Их активное включение в такую игру, на наш взгляд, связано с тем, что в самой исходной единице содержатся собственные имена, которые легко заменить другими именами, актуальными в новой речевой ситуации.

Обратимся в качестве подтверждения к различным трансформациям одной и той же цитаты – заглавия повести Н.В. Гоголя «Повесть о том, как поссорился Иван Иванович с Иваном Никифоровичем». Во всех трансформированных единицах, содержащих уже другие имена „поссорившихся”, сохраняется ироническая окраска, присущая оригиналу, где глупая ссора старых друзей представлена как драматическое событие.

В следующем примере имена героев Н.В. Гоголя заменяются именами российских олигархов: *Жалко нет Гоголя! Он бы написал повесть “Как поссорился Роман Аркадьевич с Борисом Абрамовичем” и начал бы эту повесть так: “Это первый случай, когда два еврея в Лондоне судятся из-за российских денег, находящихся в Швейцарии.”* (АФ 28.12.2011) – в тексте анализируется судебное разбирательство между Б. Березовским (потребовавшим 5,5 миллиарда долларов) и Р. Абрамовичем в Лондоне. Интерес представляет и сам контекст, в котором автор

не только направляет внимание на источник, но и предлагает иное начало повести, остроумно выражая свое ироническое восприятие этого неординарного события.

Именами М. Горбачева и Н. Михалкова заменяются имена гоголевских героев в следующем примере: *Когда друг с другом спорят два крупных общественных деятеля, обычно ты склонен с большей симпатией расценивать либо позицию одного, либо позицию другого. К нынешней ссоре Иван Ивановича и Ивана Никифоровича – ой, извините, **Никиты Сергеевича и Михаила Сергеевича** – это не относится. Я испытываю чувство легкой неловкости. Мне неудобно и за Нобелевского лауреата, и за человека, который в прошлом радовал всех нас прекрасными фильмами.* (МК 19.2.2016) – в тексте анализируется скандал, вызванный словами Н. Михалкова о преступлениях, которые, по его мнению, совершили М. Горбачев и Б. Ельцин.

О „двойной”, более сложной игре можно говорить в следующем примере: *Как **Барак Баракович** поссорился с **Дональдом Фредовичем*** (Газета.ру 8.03.2017) – в тексте говорится об ярости Б. Обамы по поводу того, что Д. Трамп обвинил его в прослушке телефонов во время предвыборной кампании. Кроме того, здесь видим и трансформацию иноязычных имен „на русский лад”, цель которой – приблизить их к двучленной русской именной формуле „имя + отчество”, которая есть в исходном ПТ. (Отметим, что полное имя отца Б. Обамы – Барак Хуссейн Обама, отца Д. Трампа – Фред Крист Трамп.)

Только личные имена используются в заглавии текста: *Как поссорились **Арнольд** и **Дональд*** (Газета.ру 5.3.2017), который посвящен разногласиям между Д. Трампом и актером А. Шварценеггером после его отказа вести телепрограмму, которая сделала миллиардера знаменитым на весь мир. Таким образом, на наш взгляд, автор старается подчеркнуть бытовой, несерьезный характер описываемой ситуации.

Выбор конкретного КИ, которое „втягивается” в игру, обусловлен, как правило, актуальностью референта КИ, а также

конкретной речевой ситуацией. Чаще всего в ПТ включаются имена важных политических субъектов.

Например: *Саддам в Ираке больше, чем поэт* (МК 12.1.2007) – заглавие текста о популярности поэтического творчества С. Хусейна в Ираке; исходный текст – часто цитируемая, в том числе в трансформированном виде, строчка из стихотворения Е. Евтушенко *Поэт в России больше, чем поэт*.

В рассмотренном нами материале можно найти несколько примеров с использованием КИ *Путин* в качестве нового, ситуативного компонента ПТ. Это, разумеется, обусловлено важным местом В. Путина в жизни России, а также важным местом слова *Путин* среди КИ, активных в современных СМИ.

Например, заглавие *Вот приедет Путин – рассудит* (МК 16.1.2002) представляет собой трансформацию строчки *Вот приедет барин – барин нас рассудит* из стихотворения Н.А. Некрасова „Забытая деревня” – к ней обращаются в ситуациях, когда кто-либо надеется на вышестоящих, не пытаясь решить проблему самостоятельно. Замена компонента КИ *Путин* направляет внимание на содержание текста, в котором говорится о предстоящем визите В. Путина в Польшу и возлагаемых на него надеждах помочь в расследовании политических убийств.

Во многих случаях ПТ занимают доминирующее место в содержательной организации и экспрессивности текста.

К ним отнесем следующий пример, в котором есть замена двух компонентов исходного текста: *За восьмилетний президентский срок вы проявились очень адекватно – из всех Махатм никто бы так не смог. Товарищ Путин, вы большой Махатма!* (Огонек 17.6.2007)

В связи с подобными примерами, как уже было отмечено, для понимания и оценки эффекта игрового включения необходимы интеллектуальные усилия со стороны адресата, который должен не только восстановить исходный текст, но и сравнить его с новым, а также привлечь фоновые знания о различных событиях и ситуациях.

Для понимания и оценки экспрессивности данного ПТ нужны, во-первых, знания об исходном фрагменте из стихотворения Ю. Алешковского *Товарищ Сталин, вы большой учёный...* (известном, в том числе, и благодаря песне В. Высоцкого), об его иронической окрашенности, в том числе благодаря отсылке к лингвистическим трудам Й.В. Сталина и т. д. Во-вторых, включение КИ *Путин* в качестве заменяющего компонента связано с конкретным эпизодом – заявлением В. Путина во время общения с зарубежными журналистами 1-го июня 2007 г. накануне саммита G8 в Германии: «*После смерти Махатмы Ганди не с кем поговорить*». Кстати, эти слова В. Путина вошли в число самых ярких его фраз, регулярно обсуждаемых в СМИ и социальных сетях.

Кроме всего, адресат должен знать творчество писателя, журналиста, колумниста Д. Быкова, автора довольно редкого жанра „колонка” в некоторых изданиях (журнале „Огонек, газетах „Собеседник”, „Новая газета” и др.). В этих текстах в стихотворной форме автор выражает свое ироническое отношение к актуальным событиям, в том числе и благодаря различным формам ЯИ. Так, в качестве заглавия рассматриваемого текста используется окказиональное слово *Махатматическое*, которое, как и другие особенности текста, заслуживает отдельного анализа. (Отметим, что окказиональные прилагательные автор использует и в заглавиях других своих текстов.)

Кстати, трансформация этого ПТ из стихотворения Ю. Алешковского используется (без перевода) и в заглавии текста в самой высокотиражной болгарской газете: *Товарищ Путин, вы большой ученый* (24 часа 26.5.2017)

В тексте показана сама „техника” трансформации – включение КИ *Путин* в известную строчку, благодаря чему, как подчеркивает сам автор, получается „изумительно актуальный стих”. Поводом для создания текста (довольно экспрессивного в целом) является встреча В. Путина с президентом Македонии.

Во время этой встречи В. Путин сказал, что кириллица пришла в Россию из Македонии. Эти слова было восприняты довольно эмоционально и стали предметом активного обсуждения в СМИ и социальных сетях, тем более что встреча состоялась как раз 24 мая, в День славянской письменности и культуры, день особой национальной гордости для болгар.

Этот пример дает нам основание еще раз обратить внимание на важную особенность ЯИ, которая ярко выражается именно в игре с ПТ – она ориентирована на интеллигентного читателя, способного оценить игровое включение и получить эстетическое удовольствие от текста.

Именно поэтому автор упомянутого текста в болгарской газете называет источник цитаты (текст Ю. Алешковского и песню В. Высоцкого) и дает ее перевод, обращаясь к русофилам, которые интересуются „русской темой”, знают и любят русскую литературу и музыку и могут оценить как оригинал, так и его игровую трансформацию.

Скорее всего ироническая оценка описываемой ситуации и ее участников содержится в следующем примере с включением КИ *Путин*: *Родилась даже фраза, приписываемая вчерашнему кино-Обеликсу: «Я русский бы выучил только за то, что им разговаривал Путин!»* (Итоги 14.1.2013)

В тексте анализируется российское гражданство Ж. Депардье, которое часто является поводом для негативной оценки не самого актера, а российских властей и прежде всего В. Путина. В данном случае такая оценка возникает благодаря ПТ – строчке *Я русский бы выучил только за то, что им разговаривал Ленин!* из стихотворения В.В. Маяковского «Нашему юношеству». Впрочем, ироническая оценка Ж. Депардье содержится и в самой заглавии текста *Новый русский*; это выражение, как известно, относится к новой русской фразеологии, но имеет другое значение, так что здесь, на наш взгляд, можно говорить об его дефразеологизации.

Фамилия *Путин* включается и в трансформацию ПТ из популярной песни (которую определяют не только как детскую) *Пусть всегда будет солнце*. Заглавие *Пусть всегда будет Путин* (МК 25.6.2014) направляет внимание на содержание текста, выраженное в самом лиде: *Россияне видят ВВП своим президентом и после 2018 года. В тексте анализируются результаты социологических опросов о предстоящих президентских выборах: «Сегодня хотят, чтобы Владимир Путин оставался президентом после 2018 года, 66% россиян, не хотят – 14%», – приводит РИА “Новости” текст сообщения ФОМ.*

Довольно активно в трансформациях ПТ последних двух лет используется и фамилия *Трамп*, которая, как мы уже отметили, все чаще включается в различные формы ЯИ.

Так, в заглавии текста *Что Трамп грядущий нам готовит* (Нез. газета 10.2.2017) используется пушкинская строчка из романа „Евгений Онегин”: *Что день грядущий мне готовит?* Замена компонента исходной цитаты КИ *Трамп* направляет внимание на содержание текста, в котором анализируются будущие действия Д. Трампа, определяемого чаще всего как непредсказуемого, несистемного политика.

К библейской цитате *Не хлебом единым жив человек* обращается автор одного из многих текстов, в которых выражается ироническое отношение к небывалому интересу российских СМИ и самих россиян к президентским выборам в США и к Д. Трампу: *Хотела закончить колонку оптимистически, мол, не Трапом единым жив человек. Заглянув в ящик, передумала. Там неожиданно завелась «Первая студия», образующая с блокбастером «Время покажет» единое целое. Первому каналу на это целое не жаль пяти часов эфирного времени. Трамп перетекает в «Украину» и обратно, так каждый день, и нет конца вольному течению политической мысли.* (Нов. газета. 24.1.2017)

Заглавие текста *И не друг, и не враг, а Трамп* (Профиль 16.01.2017) направляет внимание на его содержание, а также

на оценку поведения Д. Трампа, который старается избавиться от образа поклонника В. Путина. В нем, разумеется, рассчитывается и на популярность, узнаваемость творчества В. Высоцкого, фрагменты из которого очень часто цитируются в материалах СМИ.

Два разных издания в один и тот же день – день выборов президента США 9 ноября 2016 г. – использовали один и тот же ПТ для заглавия текстов, посвященных результатам выборов.

Это припев знаменитого дуэта из фильма „Обыкновенное чудо”: *Вот и славно, Трамп-пам-пам!* И хотя сам припев звучит довольно бодро и весело, в обоих текстах выражается скорее осторожный оптимизм в связи с выбором Д. Трампа, тем более что россияне считали Д. Трампа „своим” кандидатом. Разумеется, к этой строчке прибегают и потому, что в ней можно „усмотреть” саму фамилию *Трамп*.

Ср. сами примеры: *«Трамп-пам-пам»*. Как Дональд Трамп сделал то, во что никто не верил (АФ 9.11.2016) В тексте обосновывается выбор ПТ в заглавии: *«Вот и славно, Трамп-пам-пам!»*, – пророчески пели герои знаменитого советского фильма *«Обыкновенное чудо»*. Если же серьезно, то никто сегодня точно не знает, *«славно»* это или *«ужасно»*, как для Америки, так и для остального мира. Как будет завтра – мало кто понимает. Но то, что будет иначе, чем было – это почти наверняка.

Заглавие второго текста: *«Трамп-пам-пам»* или *осторожный оптимизм?* (МК 9.11.2016) В самом тексте обращается внимание на радость россиян, которые считали Д. Трампа „своим” кандидатом: *«Трамп-пам-пам»* – такой фанфарный, ликующий статус появился у многих российских пользователей в соцсетях после того, как стал очевиден большой отрыв Дональда Трампа от Хиллари Клинтон. За этими американскими президентскими выборами россияне следили гораздо при-

стальнее, чем за предыдущими. Словно решалась судьба всего мира, решался ключевой вопрос – быть или не быть полномасштабной войне между Москвой и Вашингтоном.

Особого внимания заслуживают ПТ, которые можно отнести к идеологическим – это популярные в недалеком прошлом устойчивые сочетания, лозунги, заглавия „основополагающих” трудов классиков марксизма-ленинизма, заглавия или строчки из советской литературы с определенной идеологической окраской, из патриотических песен советского времени и т. п.

Подобные стереотипные выражения тоталитарных времен отличались преувеличенно положительным звучанием и цитировались раньше, как отмечает М. Виденов, “с религиозным преклонением”. [Виденов 1997: 145].

Современные СМИ рассчитывают чаще всего на ироническое, пародийное звучание этих выражений, противоположное первоначальному.

Говоря о таких ПТ и их новой символизации, обратим снова внимание на важность фоновых знаний адресата. Об этом пишет Е.А. Земская: „Очевидно, что адресат должен знать или хотя бы чувствовать наличие подтекста, следовательно, адресатом может быть человек среднего или старшего возраста, выросший в советское время. Зеленая молодежь и дети в большинстве своем не знакомы с „включенным” текстом, они не воспринимают пародийного эффекта.” [Земская 1996б: 27].

Именно это дает основание Е.А. Земской предположить, что „скоро расцвету “новоязовского ерничества” придет конец. Его сменят другие формы выразительности.” [Земская 1996б: 27].

Приведенные ниже примеры из медиатекстов последних лет, однако, позволяют считать, что клише новояза продолжают быть важным средством выразительности, к которому прибегают и современные авторы.

Популярный первомайский лозунг времен СССР *Мир. Труд. Май* используется в заглавии текста о предстоящей

встрече В. Путина с Д. Трампом, на которую возлагали большие надежды, прежде всего в связи со снятием антироссийских санкций: *Мир. Трамп. Май* (Коммерсантъ 26.04.2017)

Ставшее крылатым выражение из „Манифеста Коммунистической партии” К. Маркса и Ф. Энгельса *Призрак бродит по Европе, призрак коммунизма*, по нашим наблюдениям, довольно часто цитируется в медиатекстах для обозначения широкого распространения чего-либо. Трансформация этого выражения дается в заглавии текста о реакции немцев на нового президента США Д. Трампа: *Призрак Трампа бродит по Европе* (Огонек 21.11.2016)

Название статьи В.И. Ленина „Лев Толстой как зеркало русской революции» становится заглавием текста, в котором критике подвергается политика нового президента США Д. Трампа: *Трампа как зеркало постиндустриальной контрреволюции* (Нез. газета 21.11.2016) Оно же включается и в сам текст, где обосновывается позиция автора: *Трампа – это зеркало постиндустриальной контрреволюции не только потому, что выражает интересы противников постиндустриального общества, но и потому, что он не в состоянии представить внятную альтернативную концепцию.*

В материале, который мы рассматриваем, есть еще два ПТ из стихотворений В.В. Маяковского.

Часто цитируемая в советское время строчка из поэмы „Владимир Ильич Ленин” *Мы говорим Ленин, подразумеваем – партия, мы говорим партия, подразумеваем – Ленин* подвергается двойной трансформации – сокращению и замене компонента (важнейшего компонента в оригинале): *Мы говорим «Кудрин», подразумеваем «Глазьев» или все-таки «Медведев»?* (МК 17.6.2016)

Включение в трансформацию фамилий современных российских политиков, разумеется, „приземляет” патетическую строчку, придает ей иронический характер.

Второй пример связан с конкретным событием – смертью Б. Березовского, которой российские СМИ уделили в свое время много внимания. Важная роль Б. Березовского в российской политической жизни, подчеркиваемая неоднократно во многих текстах, экспрессивно выражена ПТ – строчкой из стихотворения „Комсомольская”: *Ленин жил, Ленин жив, Ленин будет жить!*

Ср. новую единицу: *Сегодняшние наши нувориши живут по схемам, налаженным Березовским. Березовский жил, Березовский жив, Березовский будет жить.* (МК 26.3.2013)

В следующем интересном примере, анализ которого требует привлечения широкого контекста, можно говорить о двух типах трансформации ПТ – замене и сокращении исходного ПТ: *Уго жил, Уго жив...* (Итоги 14.1.2013) В тексте анализируется тяжелая болезнь президента Венесуэлы Уго Чавеса, который пока продолжает руководить страной. Сокращение цитаты „намекает” на множество вопросов, связанных с неясным будущим отношений России с этой страной.

Ко всем приведенным примерам можно отнести сказанное Е.А. Земской: “Пародирование, вышучивание, травестирование официальной фразеологии, лозунгов, призывов, всем известных цитат, названий марксистско-ленинских статей и книг – одно из самых частых средств выразительности в современной публицистике. Текст сугубо официальный, идеологически нагруженный, известный всем деформируется вставкой элементов иных тематических пластов, иной идеологической ориентации и помещенный в чуждый ему идеологический контекст приобретает пародийное звучание.” [Земская 1996б: 24].

3.5. Фразеологизмы с ключевыми именами

Фразеологизмы – одно из важных средств для экспрессивизации медиатекста. Благодаря своей яркой оценочности и эмоциональности, а также близости к неофициальности и

спонтанности разговорной речи, они удачно вписываются в коммуникативную стратегию современных медиа.

В.М. Мокиенко, имея в виду экспрессивность фразеологии, определяет ее как „набор прагмем”. Это проявляется прежде всего в том, что фразеологизмы используются в текстах как исключительно характеризующее средство. „Фразеология позволяет тонко дифференцировать излагаемую в прессе и других СМИ информацию по разным регистрам – прежде всего социально-культурным и функционально-стилистическим.” [Мокиенко 2016: 8].

По его мнению, употребление фразеологических единиц в разных коммуникативных ситуациях можно определить как динамичный социальный и языковой феномен: „Во фразеологию «играют» сейчас все – от школьника до пенсионера, она перерастает из обычного речевого «стёба» в мощное оружие критики нашей действительности, подающей немало поводов для сарказма и иронии.” [Мокиенко 2012: 100].

Современные печатные СМИ все чаще рассчитывают на преобразованные, трансформированные фразеологизмы, которые можно отнести к основным проявлениям ЯИ [Цонева 2000; Мокиенко 2012, 2016; Володько 2014; Раденкова 2016].

Приведем примеры из медиатекстов как иллюстрацию характеристик фразеологии, достаточно подробно описанных в научной литературе – образности, эмоциональности, суггестивности, компрессии информации и т. д. К ним, как и к другим приводимым ниже примерам, можно отнести сказанное И.В. Арнольд: „... в преобразованных ФЕ ощущается не просто новизна и неожиданность формы, а соотношение новой формы с обычной, т. е. все тот же контраст традиционного и ситуативного. С увеличением преобразования стилистический эффект увеличивается, но лишь до известного предела, потому что связь с исходной единицей не должна быть разрушена.” [Арнольд 1973: 172].

Первый пример: *В огороде бузина, а в Лондоне Brexit!* (Труд 1.7.2016) – заглавие текста о готовящемся сокращении бюджетных денег, в том числе пенсий, с целью возмещения убытков для России, связанных с выходом Великобритании из ЕС. В новой единице рассчитывается на экспрессивность фразеологизма-прототипа *В огороде бузина, а в Киеве дядька*, который используется для обозначения бессмыслицы, чего-то лишнего резона, логики.

Второй пример дается в самом тексте: *Дружба дружбой, но санкции врозь. Как и ожидалось, первый телефонный разговор президентов Путина и Трампа прошел в исключительно «теплой и дружественной атмосфере», но не привел к каким-либо прорывным договоренностям вроде взаимной отмены санкций.* (МК 29.1.2017) – трансформация пословицы *Дружба дружбой, а табачок (денежки) врозь*, которая означает „Любая дружба имеет свои пределы, есть вещи, которыми не делятся даже с друзьями”.

В трансформациях фразеологизмов ярко проявляется эффект игрового, поскольку видоизмененные фразеологизмы, как и все нестандартные формы языка, экспрессивнее исходных, они более «гибко» приспособляются к условиям контекста. (В связи с этим, как нам кажется, можем вспомнить классику лингвистической науки – уже Ш. Балли отмечал, что нарушение обычного служит экспрессивности даже тем, что вносит разнообразие в речь.)

В.З. Санников, рассматривая ЯИ и представление говорящих об устройстве языка, обращается к фразеологии. „Нормально, когда значение целого (напр., словосочетания) равно сумме значений составляющих его слов. Говорящих не перестают удивлять случаи отступления от этого принципа во фразеологизмах. Формально это – сочетание нескольких единиц, по значению – одна единица, причем ее значение не равно сумме значений составляющих ее слов. Еще одна „странность”: исход-

ные значения не исчезают полностью, они слабо „мерцают” во фразеологизме и потому могут быть усилены и обыграны в каламбуре.” [Санников 1999: 455].

Как подчеркивает В.М. Мокиенко, „... практически любое варьирование, типовые или индивидуально-авторские трансформации фразеологических единиц можно считать *языковой игрой* – во всяком случае, закономерным ресурсом создания средств комического воздействия.” [Мокиенко 2012: 101].

Для обозначения видоизмененных фразеологизмов, которые являются предметом многочисленных исследований, используются различные термины – *индивидуально-авторские преобразования, речевые модификации, окказиональные фразеологизмы* и т. д., для обозначения результата, „продукта” обыгрывания – термины *трансформация* и *трансформ* [см. об этом: Раденкова 2016: 14].

Большая часть исследователей фразеологической игры говорит о трех основных типах структурных трансформаций фразеологизмов – расширении компонентного состава исходной единицы, сокращении компонентного состава, замене компонента новым, актуальным в конкретной ситуации. Все они могут приводить и к частичной или полной семантической трансформации исходной единицы.

Это можно увидеть в интересном примере с сочетанием структурных трансформаций, меняющих семантику исходной единицы: *Язык Лужкова довел Киев* (АФ 14.5.2008) – заглавие текста о высказывании Ю. Лужкова о Севастополе, обострившем непростые отношения между Украиной и Россией.

Самый частотный тип трансформации – **замена компонента** стандартного состава фразеологизма новым [Цонева 2000; Володько 2014; Раденкова 2016].

Для целей нашего исследования важно обратить внимание на множество интересных примеров, в которых в качестве нового, ситуативного компонента используются КИ. Выбор КИ определяется коммуникативным намерением автора.

Трансформированные фразеологизмы с КИ очень часто располагаются в заглавии медиатекста, своей экспрессивностью и оценочностью привлекая внимание к содержанию.

Употребление антропонимов в качестве слов-заменителей в заголовочных трансформах связано, по мнению Е. Раденковой, с реализацией яркого экспрессивно-оценочного смысла, как правило, негативного [Раденкова 2016: 68].

Примером к сказанному может служить заглавие Горбачев *Михалкова не слаще* (МК 19.2.2016); в нем есть двойная замена компонентов исходного фразеологизма *Хрен редьки не слаще*, который используется при сравнении двух одинаковых вещей. Именно неправота кинорежиссера и экс-президента подчеркивается в тексте о скандале между ними, в основе которого лежит обвинение Н. Михалкова в том, что Б. Ельцин и М. Горбачев „развалили страну”. (Вернемся к примеру с трансформированным ПТ, в котором тоже говорится об этом конфликте.)

Интерес представляют трансформации одного и того же фразеологизма, включающие различные КИ.

Замена компонента в следующем примере направляет внимание к неожиданным проблемам, с которыми столкнулись пациенты, попавшими в больницу как раз в день посещения министра здравоохранения М. Зурабова: *Вот тебе, бабушка, и Зурабов день* (Труд 10.3.2007) – заглавие текста представляет собой трансформацию поговорки *Вот тебе, бабушка, и Юрьев день*; ей выражается неожиданность, обманутые ожидания, неожиданное огорчение.

Второй пример *Вот тебе, бабушка, и Павлов день* (Деньги 29.02.2016) является заглавием текста, посвященного 25-летию так наз. „павловских реформ” (денежных реформ премьер-министра СССР В. Павлова), направленных на спасение экономики, но не приведших к положительным результатам. Ср. в самом тексте: *25 лет назад по стране ураганом пронесли павловские реформы. Они вынашивались очень долго, но выглядели*

как цепь абсурдных экспромтов. Главным их результатом стало исчезновение всякого доверия к правительству СССР.

Сложнее трансформация в следующем примере: *Вот тебе, бабушка, и последний диктатор Европы!* (МК 22.12.2014); в ней нет КИ, а хорошо известная перифраза, которой обозначается А. Лукашенко; в тексте говорится о превращениях А. Лукашенко: *За считанные дни батька Белоруссии Александр Лукашенко мастерски переквалифицировался из искреннего и нежного друга “братской” России в не менее верного и преданного товарища “свободной” Украины. Превращение чудесное, но совсем не удивительное – я бы сказал даже предсказуемое. Лукашенко не изменился.*

Разумеется, в трансформированных фразеологизмах далеко не всегда выражается негативная оценка.

В доказательство обратим внимание на трансформированный фразеологизм *Шарон в поле воин* (Коммерсантъ 13.1.2014), который становится заглавием текста о смерти израильского премьера А. Шарона и неоднозначном отношении к нему при жизни.

Эффект такого заглавия рассчитан и на использование в самом тексте, причем неоднократное, исходного фразеологизма *Один в поле воин*, подчеркивающего, благодаря контексту, в целом положительную оценку политических действий А. Шарона, не всегда, однако, одобряемых его оппонентами: *Выходец из семьи репатриантов из России, военачальник и политик Шарон на самом деле всегда был воплощением русской поговорки “Один в поле воин”. Поэтому он не укладывается ни в одну из применяемых к нему схем.; “Один в поле воин”, он фактически в одиночку выиграл уже, казалось, проигранную еврейским государством войну 1973 года.; Ариэль Шарон был “один в поле воин” и тогда, когда в 2000 году принимал свое другое неожиданное и рискованное решение подняться на Храмовую гору в Иерусалиме.; “Один в поле воин” Шарон пос-*

тупал так, как подсказывала его собственная вера и долг патриота своей страны – как он этот долг понимал. (Коммерсантъ 13.1.2014)

Как и в других формах ЯИ, для осмысления игрового фразеологизма и оценки его экспрессивности адресату необходимы не только лингвистические знания (о самом фразеологизме-прототипе, его значении и окраске), но и знания об актуальной политической ситуации, об актуальных политических субъектах, о конкретных событиях с их участием и т. д., которые анализируются в медиатексте.

Так, для понимания трансформации фразеологизма *яблоко раздора* в данном ниже примере нужны не только знания об известном рок-музыканте А. Макаревиче, об его гражданской позиции, но и знания о конкретных событиях с его участием – его концертах в Донбассе, ставших предметом эмоционального обсуждения в СМИ: *Макаревич раздора. Кто и за что «травит» известного рокера?* (АФ 27.8.2014)

Этот пример является трансформацией книжной единицы из интернационального фонда фразеологии, который восходит к мифологическим, библейским и литературным источникам. Такие традиционные единицы, как подчеркивает В.М. Мокиенко, охотно и разнообразно используются журналистами, которые „нередко различными приёмами вносят в них дополнительный заряд экспрессии” [Мокиенко 2016: 13].

Сокращение компонентов исходного фразеологизма *Делить шкуру неубитого медведя* – „преждевременно оценивать результаты какого-либо дела, распределять прибыль от ещё не осуществлённого предприятия, начинания” – и замена компонента новым есть в следующем примере: *Шкура неубитого Саддама* (Власть 3.3.2003) – заглавие текста о спорах по поводу послевоенного восстановления Ирака в самом начале войны там, еще до падения режима С. Гуссейна.

Замена компонента может комбинироваться и с расширением состава исходной единицы: *Обещанного Чубайсом 15 лет ждут* (Коммерсантъ 2.1.2014) – в данном примере есть расширение стандартного состава фразеологизма за счет включения КИ *Чубайс*, а также замена компонента новым, ситуативным – именно он направляет внимание на негативное восприятие содержания текста, в котором идет речь о предложенных А. Чубайсом новых сроках для инвесторов в энергетику России.

Двойная трансформация есть в следующем примере с КИ *Путин: Семеро Путина ждут* (Газета.ру 10.6.2014) – заглавие направляет внимание на содержание текста, в котором речь идет о лидерах „Большой семерки”, или „Группы семи”, потребовавших от В. Путина признания итогов президентских выборов на Украине и полного отвода войск. Кроме того, сокращением компонента (и очень важного!) исходного фразеологизма *Семеро одного не ждут*, на наш взгляд, меняется его оценочность и подчеркивается важность решений В. Путина для мирового сообщества.

В текстах новейшего времени можно найти немало трансформированных фразеологизмов с новым КИ *Трамп*, которое, как уже не раз было отмечено, активно включается во все формы ЯИ.

Трансформированная пословица *Не так страшен черт, как его малюют* используется в тексте о новой экономической политике Д. Трампа (обозначенной, как уже было отмечено, окказионализмом *трампономика*) и ее влиянии на экономику Японии: *А один из самых авторитетных японских специалистов по валютным проблемам Эйсуке Сакикабара, прозванный за точность своих прогнозов «Мистер иена», предсказывает, что никаких катастрофических обвалов японской валюты в период президентства Трампа не произойдет и ее курс по отношению к доллару будет крутиться вокруг отметки 100. В общем, вполне может оказаться, что «не так страшен Трамп, как*

его малюют». Во всяком случае, для Японии. (Нез. газета 18.11.2016)

Известная поговорка *На Бога надейся, а сам не плошай* стала заглавием текста о тревоге в прибалтийских странах, вызванной словами кандидата в президенты США Д. Трампа, что он не будет помогать им в случае атаки со стороны России: *На Трампа надейся, а сам не плошай* (Нов. газета 25.7.2016) В самом тексте подчеркивается именно эта идея – что страны Балтии должны рассчитывать не на помощь извне, а координировать свои действия в сфере безопасности с ближайшими соседями.

Такая же трансформация используется в другом тексте (в конце одной из обособленных его частей): *На Трампа надейся, а сам не плошай!* (МК 16.1.2017)

Ее роль – обобщение, подведение итогов рассуждений автора текста, экс-мэра Москвы Ю. Лужкова, о трампомании, по его мнению, неоправданной, в России. Часть этих рассуждений – в данном отрывке: *И к чему эти шекспировские страсти в наших палестинах по случаю выборов президента в чужой, за океаном, недружественной России стране? Не в пример недавние выборы в Госдуму – скучные, рутинные, словно в полудреме. В Охотном Ряду, к слову, за Трампа тоже держали скрещенными пальцы – и «либералы» «Единой России», и левая оппозиция.*

Обратим внимание и на заглавие текста *Тень на трампов плетень* (Профиль 10.6.2017), в котором есть и сокращение, и расширение стандартного состава фразеологизма *наводить тень на плетень* – „В корыстных целях стремиться опорочить кого-то, намеренно усложнить, запутать какое-то дело”. Заглавие направляет внимание на содержание текста, в котором говорится о снятии директора ФБР Д. Коми, опорочившего Д. Трампа, огласив секретные моменты его политики.

С конкретным событием – отставкой С. Бэннона, главного советника Д. Трампа, связан и следующий пример фразеологи-

ческой игры: *Один в поле Трамп* (Коммерсантъ 22.08.2017) В самом тексте анализируется череда увольнений и отставок в ближайшем окружении Д. Трампа, который обладает даром разобщать людей: *Добавим, что, пожалуй, никогда в последние десятилетия Америка не имела президента, который разобщал бы ее так, как Дональд Трамп. Теряя людей в своем окружении, один в поле Трамп продолжает терять страну, так ее и не завоевав.*

Фразеологические трансформации нередко относят, и не без оснований, к каламбуру. Основания для такого понимания есть в единицах, рассчитывающих на паронимическую близость компонента фразеологизма с новым, ситуативным компонентом.

Рассмотрим в связи с этим интересный пример, в котором обыгрывается фамилия российского политика Г. Грефа. Близость иноязычной фамилии с русским словом *грех* обуславливает ее включение сразу в два фразеологизма, занимающих сильные позиции в рамках одного текста. Заглавие текста *Снова Греф попутал* (МК 26.11.2015) привлекает внимание своей экспрессивностью; оно является трансформацией просторечного выражения *грех попутал*, которое употребляется в значении „Кто-либо поддался соблазну сделать что-либо предосудительное”. В самом тексте дается иронический анализ высказывания Г. Грефа о возможной приватизации Сбербанка России, который заканчивается трансформированным разговорным фразеологизмом *от греха подальше* – „опасаться возможных неприятностей, предвидеть нежелательные последствия чего-либо”: *Так что лучше от Грефа подальше...*

Здесь следует отметить и графическое выделение окончания, которое направляет внимание именно на такое прочтение варианта фразеологизма-прототипа.

Близки к каламбуру и трансформированные фразеологизмы с включением имени голландского тренера *Гуса Хиддинка*, созвучного с русским словом *гусь*, которое оно и заменяет. Как

и в других случаях, включение КИ в трансформированные фразеологизмы обусловлено экстралингвистически, т.е. актуальностью КИ и связанных с ними ситуаций, о которых говорится в самом тексте.

Ср.: *Каков Гус!* (Итоги 27.11.2006) – в тексте об оптимизме Г. Хиддинка как тренера сборной России по футболу; *Как с Гуса вода* (МК 12.1.2007) – в тексте об обвинениях в неуплате налогов и слишком легком приговоре голландского суда. Ср. исходные фразеологизмы: *каков гусь*; *как с гуся вода*.

Идея „безнаказанности”, „везучести” содержится и в другой трансформации фразеологизма *как с гуся вода*; в нем в качестве ситуативного компонента используется фамилия *Жириновский* – как известно, почти все скандальные выходки этого политика остаются без последствий для него самого: *Какой-нибудь артист сыграл злодея (или стерву) – с него, как с Жириновского вода!* (Огонек 1.3. 2007)

Самая сложная и интересная трансформация в рамках рассматриваемого нами материала содержится в заглавии текста об американских солдатах в Ираке: *БУШечное мясо* (АФ 22.9.2004).

Здесь можно говорить об одновременном проявлении четырех форм ЯИ. Это, во-первых, замена компонента фразеологизма *пушечное мясо*, который обычно используется для обозначения солдат, которые отправляются на войну без каких-либо шансов выжить. Во-вторых, новый, ситуативный компонент представляет собой окказиональное слово, созданное путем контаминации прилагательного *пушечный* и КИ *Буш*. Оно, в-третьих, создает каламбур, благодаря паронимическому сближению слов *пушечный* и *бушечный*. Графическая игра – выделение слова-стимула *Буш* прописными буквами – усиливает экспрессивность игровой замены и направляет внимание на “ответственного” за бессмысленное уничтожение солдат.

Не менее экспрессивна трансформация фразеологизма *козел отпущения*, в котором компонент оригинала заменяется

окационализмом, созданным контаминацией слов *Саркози* и *козел*: *Саркозел отпущения* (Завтра 16.5.2012)

Новая единица дается в заглавии текста о результатах президентских выборов во Франции и о том, что поражение Н. Саркози скорее всего связано с тяжелыми экономическими проблемами страны.

Во многих случаях в самом контексте объясняется игровая трансформация или, по крайней мере, дается исходное выражение, которое обыгрывается. К ним отнесем заглавие текста *Саакашвили моего врага – мой друг* (МК 16.7.2010), в котором анализируются новые отношения между Грузией и Белоруссией и более конкретно – подобострастное интервью с М. Саакашвили: *Но вот какой привкус имеет поведение Саакашвили? Есть старая как мир формула: “враг моего врага – мой друг”. Но внезапно обретенную симпатию к белорусскому Батьке лидер Грузии мог бы выразить и без столь гротескного передегивания.*

3.6. Каламбуры с ключевыми именами

Каламбур – одна из самых интересных форм ЯИ, которая, хотя и привлекает внимание ученых с древности, и сегодня толкуется по-разному.

Нередко каламбур понимают очень широко – как игро-слово, игру слов, остроумие и т. д., и относят к нему любые средства языка, направленные на создание стилистического эффекта.

А.М. Ломов и А.П. Бабушкин дают следующее определение каламбура: „... игра слов, основанная на нарочитой или невольной двусмысленности, порожденной омонимией или сходством звучания, которые вызывают комический эффект.” [Ломов 2015: 16].

Определяя каламбур как проявление ЯИ, А.П. Сковородников тоже говорит о комическом эффекте: «Отличительными

признаками каламбура как языковой игры являются: наличие двух контрастирующих элементов <...> и комический эффект.” [Сковородников 2003: 151].

Отметим, однако, что достижение комического эффекта – далеко не основная цель каламбура. Каламбур способствует содержательной глубине высказывания – он заостряет внимание, направляет его на определенное осмысление или оценку содержания.

Более корректным, на наш взгляд, можно считать определение каламбура, данное В.П. Москвиным: „Каламбур представляет собой не только звуковую игру, но и тонкое наблюдение или поучение, он выражает намек, оценку, насмешку или иронию, несет потайной смысл. Иными словами, он представляет собой единство формы и содержания; отсутствие любого из этих двух компонентов уничтожает каламбур.” [Москвин 2011: 39–40].

Он же подчеркивает, что каламбур может конструироваться из полисемантов, омонимов, близкозвучных и однокоренных слов [Москвин 2011: 39].

В современных исследованиях каламбур чаще всего понимается как одна из форм ЯИ, которая представляет собой специальное объединение, столкновение в рамках ограниченного контекста многозначных слов, омонимов или паронимов (чаще всего двух) [Санников 1995, 1999].

В связи с этим В.З. Санников подчеркивает, что каламбур – уникальный случай взаимодействия различных значений одного слова (или омонимов), которые существуют как будто в различных измерениях и соседствуют в словарях, но не в текстах [Санников 1995: 100].

Каламбур, по мнению В.З. Санникова – это “забавная ненормальность”, которая возникает при сознательном нарушении одного из принципов устройства языка в представлении говорящего: если слова совпадают по форме, то они должны совпадать и по смыслу [Санников 1999: 454].

Именно как одна из форм ЯИ, причем самая яркая, самая типичная, понимается каламбур и в наших работах [Цонева 2000, 2009].

Основания для отнесения каламбура к проявлениям интеллектуализации современных СМИ можно найти в самой технике его создания. Каламбур – довольно сложная форма ЯИ лексико-семантического характера, хотя семантику в нем трудно отделить от словообразования, от синтаксиса и прагматики. Это дает основание В.З. Санникову (посвятившему, кстати, каламбуру интересные исследования) отметить, что анализировать тонкую игру значений в каламбуре – сложное, почти безнадежное дело [Санников 1995: 62].

Каламбур стоит на специальном объединении в рамках ограниченного контекста многозначных слов, омонимов или паронимов, а также на оживлении внутренней формы слова.

Именно разные значения глаголов *спавать* и *играть* являются основой каламбуров в следующих примерах: ... *так что это даже хорошо, когда в Думе одни мужики. Можно драки учинять – фракция на фракцию. Или коллективные поездки за город – это отлично **спавает** коллектив. В смысле, делает его еще более спаянным и дружным.* (Нез. газета 2.8.2016); *Президент России Владимир Путин снова **поиграл**, но на этот раз не на родном льду в хоккей, а на «расстроенном рояле» на саммите в Пекине.* (Профиль 20.5.2017)

К подобным единицам можно отнести мысль В.П. Москвина, что эффект каламбура возникает за счет того, что различные значения выражены сходными звуками, то есть в результате сходства формы и несходства сути, и чем чем тоньше формальный контраст и острее семантический, тем изысканнее каламбурный эффект [Москвин 2011: 36].

Приведем и пример каламбура, основанного на сближении паронимов, употребленного в заглавии текста о коррупции в сфере энергоснабжения в республике Коми: ***Греют или нагревают?*** (АФ 14.9.2016)

Каламбур усложняется в тех случаях, когда приводится одна из обыгрываемых форм, а вторая подразумевается, на нее „намекается” в контексте.

Нередко превоначалное восприятие слова меняется благодаря парцеллированным конструкциям – именно они являются той специальной техникой, которая создает каламбур. Ср.: *В столице полно львов. Светских.* (АФ 18.7.2001)

Каламбур в СМИ имеет свои специфические особенности. Как одна из характерных для медиадискурса форм ЯИ он выполняет различные, довольно важные функции – экспрессивную, оценочную, эстетическую, развлекательную и т. д.

Как подчеркивает Е. Меснянкина, каламбур в СМИ обладает функциональной особенностью метаоценки, в рамках которой автор оценивает описываемые события и предлагает адресату сделать то же самое, но уже на базе лингвокреативного способа построения каламбура [Меснянкина 2015: 18].

Свои специфические особенности имеет и ономастический каламбур. Антропонимы, как известно, сложные языковые знаки, не имеющие понятийного значения. В некоторых случаях, однако, звуковой облик привлекает внимание и позволяет соотнести его с омонимичным нарицательным именем или же с нарицательным, от которого оно образовано.

В этом можно легко убедиться, анализируя примеры таких каламбуров в медиатексте, в которых очень интересно переплетается лингвистическое (некоторые особенности собственных имен) и экстралингвистическое.

Приведем в связи с этим мысль И.Э. Ратниковой: “Широко представленные в языке СМИ многообразные реализации рефлексии на звуковой облик имен, их фоносимволические ассоциации или внутреннюю форму отражают подсознательное стремление если не обнаружить реально существующее, то хотя бы додумать соответствие между звуками именования и характером, поведением, социальной ролью именуемого.” [Ратникова 2003: 30–31].

Лингвистический облик собственного имени – это содержащиеся в самом слове возможности для его игрового, творческого использования, определяющие в немалой степени “направление” этого использования.

В то же время, как уже было подчеркнуто, почти всегда можно найти и „отголоски” экстралингвистического.

Приведем в подтверждение сказанного пример каламбура, который строится на омонимии фамилии высокопоставленного чиновника *Плохой* с апеллятивом *плохой*, которая подчеркивается благодаря ассоциативной связи с антонимом *хороший*: *Человеку, которого зовут Олег Плохой и который будет возглавлять только что созданное управление президента по вопросам противодействия коррупции, придется нелегко. <... > Проблема в том, что Плохой будет проверять декларации хороших людей. А «хорошие» люди в России, разумеется, пока их считает «хорошими» верховная власть, имеют право чуть-чуть отклоняться от правил. <...> Будь «хорошим», активно люби власть и можешь покупать квартиру втрое дешевле рыночной цены и земельные участки пачками. И ничего тебе за это не будет. Хорошим людям никакой Плохой не страшен.* (Нов. газета 6.12.2013)

Такой каламбур вполне возможен, например, в разговорном стиле, где формы ЯИ обычно используются, чтобы пошутить, развлечь себя и собеседника; при этом, как правило, в разговорном стиле референт имени, включаемого в ЯИ, чаще всего известен в рамках семейного социума, поэтому экстралингвистический потенциал этого имени слабее.

В медиатексте, однако, целью обыгрывания становится содержательная глубина при оценке политической ситуации в стране, конкретнее – коррупции в политических кругах, о которой говорится в тексте.

Ономастический каламбур, разумеется, не может строиться на многозначности.

Довольно часто в его основе лежат **омонимы**. В такую игру активно включаются имена или фамилии, совпадающие с апеллятивами, чаще всего с именами существительными.

Сказанное можно проиллюстрировать каламбурами в заглавиях текстов, посвященных широко обсуждаемой с 2005 г. связи олигарха Романа Абрамовича с Дарьей Жуковой. В них рассчитывается на омонимию имени собственного *Роман* и нарицательного слова *роман*: *Чем роман грозит Роману* (МК 17.10.2006); *Даша Жукова: роман с Романом* (АФ 15.2.2008)

В связи с этим приходится отметить, что в русском языке личных имен, совпадающих с нарицательными, не так уж и много. Отметим среди них имена *Лев, Вера, Надежда, Любовь*, которые вполне ожидаемы в каламбурах. Например: *Мир сохраняет Надежду* (Нов. газета 9.3.2016) – заглавие текста о действиях мирового сообщества по освобождению украинской летчицы Надежды Савченко.

В этом плане русский язык отличается, например, от болгарского, в ономастиконе которого множество имен, совпадающих с нарицательными или производных от них – *Добри, Здравко, Славко, Орлин, Весела, Снежана* и т. д., множество „цветочных” имен – *Цветан, Невена, Ружа, Излика, Незабравка* и т. д. Подобные имена – неиссякаемый источник игры в различных функциональных стилях. [см. об этом: Цонева 2009].

Активно включаются в каламбур фамилии политиков, омонимичные с апеллятивами. Например, фамилия актуального в 2000-ых гг. политика А. Лебеда естественно включается в каламбуры, рассчитывающие на ее совпадение с названием птицы *лебедь*: *Лебеда пытаются убедить, что он не орел*. (Общая газета 10.2.2001)

На омонимии с названием птицы строится и каламбур с фамилией нового генерального прокурора РФ Ю. Чайки: *Теперь Ю. Чайка – орел*. (АФ 23.4.2008)

Контекст в этих примерах направляет внимание на возможность понимания собственных имен *Лебедь* и *Чайка* как

нарицательных слов благодаря включению слова *орел* в метафорическом значении – „гордый, смелый, сильный человек”.

Такие же ассоциации находим и в следующем примере: *Третий полет Чайки* (Компания 14.6.2016); текст посвящен назначению Ю. Чайки на должность генерального прокурора на новый, третий срок.

Как и в других формах ЯИ, в каламбуре часто используется фамилия *Путин*.

Довольно интересно обыгрывается фамилия Путин в каламбуре с омографом в юмористическом тексте М. Задорнова; в нем автор связывает фамилию *Путин* с народным названием болезни *путин*, выражая ярко негативную оценку самого В. Путина и его окружения: *Знаете, что означало слова “путин” в Древней Руси? О-о-о! Это очень интересно! Слышали про такую болезнь поясницы, которую медики называют люмбаго? В народе говорят проще – радикулит. Люмбаго – это вроде как по-научному. Так вот в древности люмбаго называли – ПУТИН! И означало это боль в пояснице. Позвоночник – остов всего организма! Главная болезнь России – боль в пояснице. Ведь именно в пояснице сгибается человек, желая лизнуть Хозяина.* (МК 23.3.2013)

Каламбур может рассчитывать и на омонимию прилагательных. Например: *Неизвестный Неизвестный* (Weekend 19.8.2016) – заглавие текста о смерти скульптора Э. Неизвестного и некоторых не очень известных в России моментах его жизни в эмиграции.

В каламбуре может использоваться и межъязыковая омонимия, понимаемая как совпадение иноязычного собственного имени с русским словом.

Сюда отнесем единственный пример в нашей картотеке, в котором КИ сближается с омонимичным глаголом: ... *при этой самой жаре полчаса простоял на Садовом кольце только*

потому, что по Ленинскому проспекту в открытой машине ехал португальский премьер с симпатичной фамилией **Сократиш**. Не знаю, как он там рулит в Португалии, но при таких мерах предосторожности запросто **“Сократиш”** чужую жизнь на годик-другой: меня чуть кондратий не хватил на припеке. (Компания 4.6.2007)

Довольно „смелое” сближение таких единиц для создания каламбура направлено, скорее всего, на достижение комического эффекта.

Сказанное можно отнести и к каламбуру с именем президента США Б. Обамы, в котором имя *Барак* связывается с нарицательным *барак*: *Знаете ли вы, что «первыми Барака Обаму поздравили заключенные из России? Они послали ему поздравительную открытку «От нашего барака вашему» – сообщила всем ва_lerjanka и правильно сделала. В любой ситуации надо сохранять улыбку на лице.* (АФ 6.11.2008)

Случайное совпадение русского слова *бред* с именем известного актера *Брэда* Пита используется для заглавия текста о провальной церемонии открытия Московского кинофестиваля с присутствием звезд, в т. ч. самого Б. Пита: ***Бред Пит и просто бред*** (МК 22.6.2013)

Заглавие ***Ринго Старр, но духом бодр*** (МК 9.6.2011) представляет собой каламбур с фамилией знаменитого барабанщика группы „Битлз” Ринго *Старра* и подразумеваемым из контекста прилагательным *старый, стар*. В самом тексте подчеркивается, что, несмотря на свои 70 лет, музыкант вел себя на сцене, как семнадцатилетний (возраст музыканта подчеркивается и интересной перифразой: *“Я обедать в городе не буду, и вообще оставьте меня в покое!” – заявил „дедушка” рока и заперся в номере.* Кстати, фамилия *Старр* очень часто обыгрывается и в интернете и социальных сетях именно в каламбурах со словами *стар* или *суперстар*.

Приведем и пример обыгрывания имени голландца Гуса Хиддинка, о котором уже было сказано выше: *Под крылом у Гуса* (Итоги 22.2.2007).

Включение имени *Гус* в каламбур бесспорно обусловлено лингвистическим обликом имени – его близостью с русским словом гусь, ассоциации с которым вполне ожидаемы. Т. е., в самом имени *Гус* можно найти потенциальные условия именно для такого обыгрывания, которые активно используются как в медиатексте, так и в разговорном стиле. Ср. пример из интервью: *Мы, например, обращаемся к тренеру запросто: либо по имени – Гус, или – босс. А вот за глаза, откровенно говоря, Хиддинка мы уже давно зовем Гусь!* (Итоги 22.2.2007)

Особой экспрессивностью, как правило, отличаются каламбуры, как и все формы ЯИ, в которых есть нецензурные слова или намеки на такие слова. Например: *Ху знает, чего ждать от России* (МК 7.3.2007) – заглавие текста о предстоящем визите в Россию председателя КНР Ху Цзиньтяо.

Интерес представляют и случаи, когда собственные имена специально искажаются для того, чтобы включить их в определенную форму ЯИ. В такой игре достигается чаще всего комический эффект, как, например, в заглавии текста о встрече В. Путина с генеральным секретарем ЦК КПК Ху Цзиньтяо, благодаря “переделыванию” фамилии *Путин* “на китайский лад” и возникающим при этом ассоциациям с нецензурным русским словом: *Пу и Ху снова вместе* (Спутник-Новости 12.12.2002)

Специально трансформируется фамилия *Путин* и для включения в каламбур со словом *будни* в следующем примере: *Выборы. Да, к сожалению, они закончились, и наступили обычные серые ПУТНИ*” (МК 6.3.2012)

Этот пример – очередное доказательство того, что каламбур не всегда направлен на достижение комического эффекта; в данном случае каламбур создается для экспрессивного выражения негативной оценки результатов выбора президента в 2012 г. и будущей жизни россиян.

Подобные случаи дают основание подчеркнуть, что в ЯИ эксплуатируются не только имеющиеся в собственном имени особенности, но и потенциально заложенные в нем возможности для творческого, нестандартного использования.

Каламбур, как уже отмечалось, часто строится и на паронимах – словах, близких по звучанию, но различающихся по значению.

Такой каламбур активно используется в заглавии текста. Например: *Алишер против Алеши* (Профиль 20.5.2017) – в тексте идет речь о скандале между миллиардером Алишером Усмановым и оппозиционером Алексеем Навальным; при этом об отношениях между противниками говорит сама гипокористическая форма личного имени *Алеша*, которой подчеркивается „незрелость” А. Навального.

Также в заглавии используется каламбур с фамилией Й. Блаттера, президента ФИФА, и русским нарицательным словом *блат*: *Блат и Блаттер* (МК 3.6.2015); эту связь можно увидеть и в самом тексте: *Для России теперь главным становится вопрос проведения чемпионата мира 2018 года. Безусловно, попытки отменить или бойкотировать его будут. И нам придется приложить значительные усилия, для того, чтобы доказать, что право принимать первенство мира мы получили не за деньги и не по благу. Удастся ли доказать это – станет ясно совсем скоро.*

Самые многочисленные в текстах СМИ, по нашим наблюдениям, – каламбуры, в которых обыгрывается внутренняя форма слова.

Интересные рассуждения об именах и их внутренней форме есть у русского философа С.Н. Булгакова: “Значение имени, как некоторого корня для определенного вида, всегда шире и глубже того содержания, которое имеет его внутренняя форма.<...> Здесь есть большая, качественная разница между одним и тем же словом, употребленным как слово или как имя: лев и

Лев – совершенно разные вещи, хотя лев входит в состав Льва как характер имени, переходящий так или иначе на его носителей. При измышлении совсем новых кличек и названий, из которых некоторые так и умирают не родившись, оказываются шелухой или пустоцветом, происходит своеобразное лукавство разума, пользующегося человеческими силами для своих целей: имя рождается чрез именователя в именуемом, но, родившись, живет уже своей жизнью.” [Булгаков 1988: 244].

Как подчеркивает Ю.Н. Караулов, интерес к такому этимологизированию – одно из проявлений *amor lingua*, любви к родному языку, обязательного качества языковой личности [Караулов 1987: 259].

Благодатный материал для создания таких каламбуров – русские фамилии, сохранившие семантическую связь с производящей основой. Их нередко определяют как «говорящие имена», поскольку внутренняя форма в них – своеобразный «сигнал» о действиях, качествах характера или внешности референта. Ср. пример с фамилией *Добрый*: *Злая ирония судьбы – в избиении Усанова подозревается человек по фамилии Добрый. И многие друзья задержанного утверждают, что характер Максима Доброго полностью соответствует его фамилии: мухи не обидит, слова лишнего не скажет.* (МК 4.4.2016)

Обратим внимание на текст *Фамильный разговор*, в котором анализируется обыгрывание фамилии *Мутко* в официальном (институциональном) дискурсе – в речи В. Путина. Конкретным поводом для этого анализа стало высказывание В. Путина с включением этой фамилии в каламбур: *Как мне стало известно, “НТВ-плюс” вместе с Российским футбольным союзом, вместе с председателем Виталием Леонтьевичем Мутко чего-то намутили в очередной раз. Хотят у нас, рядовых болельщиков, отнять возможность бесплатного просмотра футбольных матчей.* (Власть 12.3.2007)

Автор медиатекста оценивает это высказывание как некорректное по отношению к В. Мутко, тем более в официальной сфере: *Самое интересное – использованный президентом каламбур “Мутко намутил”. До сих пор в российской речевой, тем более официальной, традиции обыгрывание фамилий считалось дурным тоном – видимо, потому, что фамилии бывают не слишком благозвучными и не всегда в этом виноваты их носители. Теперь, похоже, президент от ономастических предрассудков отказался.*

Далее автор предлагает свой список каламбуров с фамилиями политиков (министров А. Кудрина, И. Левитина, С. Лаврова, А. Гордеева и др.): *Резонно предположить, что в ближайшем будущем Владимир Путин выступит с такими примерами фамильной каламбуристике, позволяющими максимально доходчиво общаться с подчиненными: “Министр финансов слишком **кудряво** излагает, поэтому я поясню”; “Министр транспорта при таких-то дорогах нас скоро **левитировать** заставит”.; “Тут наши коллеги в МИДе, похоже, почивают на **лаврах**, так что слушайте внимательно меня”.; “Не рано ли **загордился** наш глава Минсельхоза?... (Власть 12.3.2007)*

Этимологическая регенерация во многих случаях осуществляется ссылкой на родство слов путем объединения в контексте антропонимов и апеллятивов, словообразовательно связанных с ними: ***Строев** – в **строю!** (МК 26.2.2006); **Загрызть Грызлова** (МК 10.9.2001); **Песков “пропесочил” журналистов за утечку видео с разгневанным Путиным** (МК 17.4.2013)*

Любопытны близкие по содержанию примеры с фамилией *Грызлов*, которая связывается с глаголом *грызть*, в разных изданиях разных периодов: *Зачем **Грызлов грызет** козлов? (АФ 19.5.2010); **Грызлов вернулся, чтобы грызть козлов** (МК 27.12.2015)*

Оба примера, скорее всего, связаны с придуманным Б. Грызловым, спикером Госдумы, слоганом «*Борис Грызлов гры-*

зёт козлов». Ср. иронический комментарий этого слогана: *Остаётся догадываться, почему спикер Госдумы решил **грызть** именно козлов, а, например, не крыс, кротов или тараканов, борьба с которыми принесла бы ему гораздо больше политических дивидендов. Представляете, какие могли бы быть заголовки: «Наш Борис таракана загрыз», «Грызлов Борис – разгрызатель крыс», «Борис Грызлов сгрыз всех кротов».* (АФ 19.5.2010)

Интерес к Б. Грызлову и к обыгрыванию его фамилии возродился в 2015 г., когда он получил новое политическое назначение: *Борис Грызлов вернулся в большую политику. Незадолго до ухода из нее он распространил в сетях скандальный слоган «Борис Грызлов грызет козлов», после чего по какому-то мистическому совпадению утратил не только пост спикера Госдумы, но даже депутатский мандат. Какого козла ему предстоит **загрызть** на этот раз на украинском направлении – покажет время.* (МК 27.12.2015)

Включение имени *Ангела* в каламбур тоже обусловлено его внутренней формой – ощущением в нем апеллятива *ангел*, вполне ожидаемым для носителя русского языка. Ср. в следующих примерах: *Канцлер больше не строит из себя **ангела*** (Нов. газета 18.11.2014); *Станет ли Меркель «**Ангелой** мира»?* (МК 6.2.2015); *У Путина – день **Ангелы*** (МК 17.1.2006) – заглавие текста о визите А. Меркель в Россию.

Отметим, что довольно частотные болгарские имена *Ангел*, *Ангелина* редко вызывают у болгар ассоциации с апеллятивом *ангел*. Ср. также в других языках: исп. *Анхел*, франц. *Анжел*, итал. *Анджелло*. В связи с этим уместно привести мысль М.В. Горбаневского: “Чем менее в имени ощущается понятие апеллятива, тем больше оно воспринимается как ортодоксальное собственное имя.” [Горбаневский 1983: 69].

Очень интересны каламбуры, в которых внутренняя форма имени оживляется благодаря включению в контекст ассо-

циативно связанных с ним слов, чаще всего – слов одного семантического поля. (Отметим, что в каламбурах с апеллятивами это могут не только семантически близкие слова, но и синонимы и антонимы.)

Так, на „птичьих ассоциациях” строится следующий каламбур: *Соколову „обрежут крылья”* (МК 26.1.2006) – заглавие текста о предстоящих структурных реформах в Министерстве культуры под руководством А. Соколова.

Ср. также примеры с каламбурами, возникающими благодаря словам, тематически связанным с фамилиями (*гром – грянуть, орехи – щелкать, лимон – выжать*): *Громов грянул в конце года* (МК 23.12.2006); *Проблемы будет щелкать Орешкин: главой Минэкономразвития назначили молодого либерала* (МК 30.11.2016); *Невыжатый Лимонов* (МК 22.2.2013) – заглавие текста об юбилее нестареющего Э. Лимонова.

Подобные примеры И. Э. Ратникова вполне основательно определяет как скрытую аттракцию [Ратникова 2003:33].

Фамилия *Путин*, хотя и вопрос об ее этимологии решается по-разному, связывается, как правило со словом *путь*: *Путин открывает новый путь* (МК 2.8.2002); *Путин спрост о путях спасения* (АФ 1.4.2009)

Такие каламбуры обычно являются заглавиями текстов, посвященных будущему развитию России, традиционно обозначаемому метафорой пути.

Связь фамилии *Путин* со словом *путь* является поводом для упоминания прошлого и критической оценки развития России в иронически окрашенном тексте *ПУ-ТИН: звук и символ. На выборы со словарем Даля*. Ср. в данном отрывке: *ПУТИНА быстро связали с бодрым словом ПУТЬ. В этой связи заключалась немалая доля магии нового лидера. Наконец-то из бездорожья девяностых, из развала и беспредела нам опять открывается светлый путь. «Путь» и предлагается нам как внутренняя форма этого символа. Он открывает будущее и*

*связывает с прошлым (от которого чуть было не отреклись): ведь все эти 70 лет мы тем и занимались, что шли единственно верным путем; это и отличало нас от остального человечества, которое с него сбилось или еще на него не вышло. **Итак, снова в славный путь!*** (НВ 24.12.2007)

В тех случаях, когда КИ связывается не с реальной производящей основой, а с другой, выдуманной, можно говорить о „мнимой”, игровой концептуализации или установлении ложноэтимологических связей. Дополнительный экспрессивный эффект в таких каламбурах, как правило, возникает именно благодаря игровому, шутливому “выяснению” внутренней формы слова.

Интерес представляет сказанное В.З. Санниковым об отношении говорящего к внутренней форме слов: „Иногда говорящий не ограничивается ролью критика „странностей” языка, берет на себя (шутливо) роль блюстителя порядка и устанавливает более строгое соответствие формы и содержания.” [Санников 1995: 455].

Вернемся к упомянутому выше тексту, где подчеркнуто негативная оценка В. Путина как политика выражена через обыгрывание его фамилии. Кстати, на это направляется внимание уже в самом заголовочном комплексе – заглавии и лиде: *ПУ-ТИН: звук и символ. На выборы со словарем Даля: Этимология фамилии Путин хранит ранее неизвестные смыслы и даже предсказания будущего* (НВ 24.12.2007)

В тексте фамилия *Путин* связывается с различными производящими основами – не только со словом *путь*, но и со словом *путы* и даже с нецензурным болгарским словом. Приведем отрывок из текста, в котором подчеркиваются и фонетические ассоциации со словом *Путин*: *Как бывший этнолог, описатель мифов и обрядов с уверенностью заявляю: человек – животное символическое. И потому, дорогие сограждане, будьте внимательны к своим символам! Шок символического значения я*

испытала, когда впервые прозвучало имя ПУТИН. Это было роковое звучание.; <...> ПУХТИН, или ПУСТИН, или ПУТКИН и то были бы понятнее: слуху есть за что зацепиться. Рядом с этой фонетикой вертелись такие слова, как «путина», «паутина», «путаница», «путана», наконец. Но это поэтическая этимология. А настоящая? (НВ 24.12.2007)

Отметим в связи с этим и подобными примерами то, что негативная оценка ОС особо усиливается в случаях переключки с узуальными словами и выражениями инвективного, обценного характера [Рацибурская 2014: 203].

Кроме того, в связи с подобными текстами, на наш взгляд, нужно отметить и необходимость в специальном изучении материала из изданий оппозиционной направленности, каким является недавно закрывшийся журнал „Новое время” („The New Times”).

Негативная оценка действий В. Путина подчеркивается и в следующем примере из другого текста, где фамилия *Путин* связывается со словами *путы*, *опутать*: *Вполне ясно, что у некоторой – наиболее агрессивной и малоодаренной части путинского окружения действительно созрел план под условным названием “Путы Путина”. Сводится он к тому, чтобы опутать Дмитрия Медведева максимальным количеством обязательств и навязать ему максимум положений, в которых он был бы так себе. (Компания 21.4.2008)*

В подобных случаях можно видеть как роль ближайшего контекста, который подчеркивает игровую направленность, связывая имена не с реальной, а с мнимой производящей основой, так и роль внеязыкового контекста, позволяющего осмыслить каламбур и оценить его экспрессивность.

Такое переворачивание знакомых слов “наизнанку”, поиск мотивации формы в содержании и употреблении знакомых слов (очень характерное, как известно, для детской речи) – одно из важных средств создания экспрессивности в современных

СМИ. Ср. пример с апеллятивами: *Все знают, что месяц май потому называется **маем**, что по весне люди **маются**. А ноябрь – он потому **ноябрь**, что в **ноябре** все **ноют**. Все разговоры вокруг такие тоскливые, что дальше некуда.* (Нез. газета 21.10.2006)

Можно отметить, однако, что в иноязычных именах на практике происходит “переворачивание” незнакомых слов, поскольку они, как правило, не мотивированы для адресата. И если при игровой этимологизации “своих” имен связь с родственными словами может быть как реальной, так и мнимой, игровой, то в иноязычных эта связь чаще мнимая. Ср.: ***Киссинджер** – человек, который давно ничего не решает, но именно символизирует. Его нынешняя встреча с Путиным – это именно **kissing jar**, целовать что-то малоприятное, дребезжащее, а иногда **jar** – это еще и ссора, дрязга. И Киссинджеру вряд ли это нравится.* (Собеседник 10.2.2016)

Иноязычные имена часто бывают немотивированы для русского адресата, поэтому средством оживления внутренней формы (в данном случае – незнакомой) является их перевод. Так, включение фамилии французского политика Сеголен Руаяль (Ségolène Royal) в каламбурную этимологизацию обусловлено значением самого слова (фр. *royal* – **королевский**), и именно на это значение направляется внимание. Однако при отсутствии у носителей русского языка “сигналов” об этом значении используется перевод для раскрытия внутренней формы имени. Ср.: *Но кто знает – может, к выборам картина поменяется? И президентом республики станет **женщина с королевской фамилией** (именно так переводится “руаяль”)?* (МК 10.2.2007)

Данный пример – еще один повод обратить внимание на сложное сочетание в КИ лингвистического и экстралингвистического (к последнему относится, разумеется, и сама частотность в СМИ данного КИ, обусловленная участием С. Руаяль в предстоящих президентских выборах во Франции).

Наряду с вербальными ассоциациями здесь налицо еще более сложные внетекстовые ассоциации – слово *королевский* противопоставляется слову *республиканский*.

Ср. пример из текста под заглавием оксюморного характера *Принцесса Республики: Ей вменяют в вину отсутствие четкой предвыборной программы <...> и, конечно, не обходят стороной ее фамилию. Не к лицу представителю партии трудового народа республиканской Франции быть “руаяль”*. (Итоги 21.7.2006) Так что здесь можно говорить об использовании имени политика в предвыборной битве – в данном случае внимание направляется на несоответствие фамилии республиканским традициям французского общества. С другой стороны, можно предположить, что „королевская” фамилия в монархической стране способствовала бы успеху референта.

Обратим внимание и на „анализ” фамилии *Трамп* из текста *Трампотня и трампизмы: По-английски trump – довольно многозначное слово: трубный глас (отсюда trumpeter – трубач), козырь (а это уже обыгрывается всяко «Is Trump our trump?»), trumpery – мишура («Is Trump trumpery?»)*. Однако русскоязычники произносят и пишут английское/американское *Trump* как «Трамп». В обратной транскрипции на английский получается *Tramp*. Но *tramp* на английском тоже имеет несколько основных значений, включая, скажем, «топтать». А отсюда уже шутки у продвинутых новых американцев русского происхождения, типа «*Trump, tramp Hillary?*». (МК 14.10.2016)

Естественно, основания для объединения слов с отдаленным формальным сходством можно искать как в языковом контексте, так и во внетекстовых ситуациях.

Ср. следующее заглавие: *Химки могут дочирикаться* (Труд 29.8.2012); глагол *чирикать(ся)*, на наш взгляд, употребляется в переносном значении „легко говорить, писать о чем-л. пустом, незначительном” и связывается с фамилией (а также с особен-

ностями личности) кандидата в мэры города Е. Чириковой, о чем говорится в самом тексте: *По мнению большинства экспертов, у яркой и говорливой Чириковой есть все шансы опередить своих более блеклых соперников и стать мэром. Думаю, что это могло бы стать любопытным социальным экспериментом: человек, не имеющий ни дня опыта работы в хозяйственной сфере, пытается рулить городом с четвертьмиллионным населением. <...> Но вот жителей Химок становится откровенно жалко.*

Подобные случаи оживления внутренней формы собственного имени можно определить, на наш взгляд, как «паронимическую аттракцию», поскольку в них можно найти сближение слов с весьма отдаленной или случайной формальной близостью.

Таким является и следующий пример с иноязычным словом: *Нетонущий Тони* (Итоги 7.5.2007) – заглавие текста о завершении непростой политической карьеры премьер-министра Великобритании Тони Блэра, преодолевшего трудности разного характера.

Именно такие примеры подтверждают мнение, что чем нестандартнее путь создания каламбура, тем сильнее стилистический эффект от него. [Гридина 1996а: 53].

Кроме того, они дают основание еще раз подчеркнуть, что в игре с КИ экстралингвистическое актуально всегда. И даже в тех случаях, когда определенная форма игры “эксплуатирует” лингвистический потенциал имени, всегда можно найти связь, иногда явную, иногда довольно отдаленную или сложную, с экстралингвистическими знаниями о субъекте, о действиях и ситуациях, связанных с ним.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ...

„Во всех сферах духовной жизни человека – религиозной, провиденциально-профетической, спекулятивно-философской, художественно-эстетической, социально-общественной – роль имени не только велика, но по-особому отмечена, и то, что поддается учету и пересказу, образует лишь поверхностный слой той тайны, которая связана с именем.

Но даже прикосновение к этому слою намекает и на глубину этой тайны, и на ту силу, которая от нее неотделима.”

(В.Н. Топоров. Имя как фактор культуры)

ЛИТЕРАТУРА

- Александрова 2012:** Е.М. Александрова. Языковая игра, игра слов, каламбур: терминологические замечания // Вестник Московского государственного областного гуманитарного института. 2012. № 1. С. 5–8.
- Александрова 2016:** Е.М. Александрова. Графические средства как элемент языковой игры // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2016. № 13/395. Филологические науки. Вып. 104. С. 16–21.
- Алексиева 2012:** Т.И. Алексиева. Игра с графикой в Рунете // Русистика: язык, культура, перевод. Юбилейная межд. науч. конференция. София, 2012. С. 169–177.
- Алексиева 2015:** Т. Алексиева. О взаимодействии кириллицы и латиницы в письменной коммуникации // Паисиеви четения. Научни трудове. Т. 53, кн.1, сб. А, Пловдив, 2015, С. 305–316.
- Антонова 2011:** Ю.А. Антонова. Танцы Президента: удар по имиджу политика или очко в пользу народного образа (по материалам интернет-сервисов // Современная политическая лингвистика. Тезисы Межд. научной конференции. Екатеринбург, 2011. С. 21–24.
- Арнольд 1973:** И.В. Арнольд. Стилистика современного английского языка. Л., 1973. 384 с.
- Арутюнова 2006:** Н.Д. Арутюнова. Виды игровых действий // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры. М., 2006. С. 5–16.
- Беляевская 2012:** Е.Г. Беляевская. Фрейм „политик” в англоязычном биографическом дискурсе (к методике анализа) // Политическая лингвистика. № 40(2). Екатеринбург, 2012. С. 21–26.
- Бочарова 1994:** Т.Р. Бочарова. Имя политика как объект языковой игры // Политическое поведение и политические коммуникации: Психологические, социологические и филологические аспекты: тезисы и тексты докладов науч.-практ. конф. СПб.; Красноярск; Иркутск, 1994. С. 24–26.
- Булгаков 1988:** С.Н. Булгаков. Философия имени. СПб., 1988.

- Вагенляйтнер 2014:** Н.В. Вагенляйтнер, Л.Б. Никитина. Языковой образ политика по данным российских печатных СМИ начала XXI века. Монография. Омск, 2014. 160 с.
- Валуйская 2013:** О.Р. Валуйская. Лингвистические способы создания медиаобраза российского политического лидера (на материале англоязычных СМИ) // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкознание, 2013. № 2 (18), С. 99–102.
- Васильева 2009:** Н.В. Васильева. Собственное имя в мире текста. М., 2009. 223 с.
- Виденов 1997:** М. Виденов. Езикът и общественото мнение. София, 1997. 201 с.
- Володько 2014:** Н.А. Володько. Ономастическое обновление фразеологизмов как прием языковой игры в современном русском языке // Молодой ученый. 2014. №5. С. 197–199.
- Володько 2014а:** Н.А. Володько. Эстетико-речевой аспект языковой игры на основе личных имен политических деятелей // Экология языка и коммуникативная практика. № 1. 2014. С. 86–94.
- Ворошилова 2013:** М.Б. Ворошилова. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Монография. Екатеринбург, 2013. 194 с.
- Галинская 2013:** Т.Н. Галинская. Понятие медиаобраза и его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ, №11 (160), 2013. С. 91–94.
- Гарвалик 2007:** М. Гарвалик. К вопросу о современной ономастической терминологии // Вопросы ономастики. № 4. 2007. С. 5–12.
- Головачёва 2013:** Т.А. Головачёва. Существительные, производные от имен собственных в когнитивно-дискурсивном освещении. Автореферат канд. дис. Архангельск, 2013. 19 с.
- Горбаневский 1983:** М.В. Горбаневский. К проблеме семантики имени собственного // Лингвистическая семантика и логика. М., 1983. С. 68–81.
- Грехнева 2015:** Л.В. Грехнева. Перифраза как средство речевого манипулирования общественным сознанием // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. № 2 (2). 2015. С. 384–387.

- Гридина 1996:** Т.А. Гридина. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург, 1996. 215 с.
- Гридина 1998:** Т.А. Гридина. Принципы языковой игры и ассоциативный контекст слова в художественном тексте // Семантика языковых единиц. Т. 2. М., 1998.
- Гридина 2011:** Т.А. Гридина. Этносоциокультурный контекст ономастической игры // Политическая лингвистика. №1(35). Екатеринбург, 2011. С. 219–223.
- Гридина 2011а:** Т.А. Гридина. Языковая игра в жанре политического прикола // Политическая лингвистика. 2011. № 4 (38). С. 47–51.
- Гридина 2012:** Т.А. Гридина. Языковая игра в художественном тексте. Екатеринбург, 2012. 253 с.
- Гуляева 2011:** Е.В. Гуляева. Оценка поведения типичного российского политика в смеховых текстах // Современная политическая лингвистика. Тезисы Межд. научной конференции. Екатеринбург, 2011. С. 83–85.
- Давыдова 2001:** О.А. Давыдова. Антропонимы на страницах современной публицистики // gramota.ru. 2.08.2001.
- Дедушкина 2012:** Т.А. Дедушкина. Языковая игра: современное состояние вопроса // Studia Linguistica. Выпуск 6/2012, С. 88–92.
- Денисов 2011:** Ю.П. Денисов. Смерть Б.Н. Ельцина в дискурсе российских оппозиционных сил // Современная политическая лингвистика. Тезисы Межд. научной конференции. Екатеринбург, 2011. С. 90–92.
- Добрева 2011:** Е. Добрева. Аспекти на масмедийната реалност. Велико Търново, 2011. 273 с.
- Добросклонская 2008:** Т.Г. Добросклонская. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008. 203 с.
- Душенко 2002:** К.В. Душенко. Словарь современных цитат: 4300 ходячих цитат и выражений XX века, их источники, авторы, датировка. М., 2002.
- Дьяков, Скворецкая 2013:** А.И. Дьяков, Е.В. Скворецкая. Суффикс -инг завоевывает свои позиции в русском словообразовании // Сибирский филологический журнал. Новосибирск. 2013. №4. С. 180–186.

- Захарова 2009:** М.В. Захарова. Языковая игра (современный этап) // Вестник Московского городского педагогического университета. Сер. Фил. образование. 2009. № 1. С. 34–38.
- Земская 1983:** Е.А. Земская. М.А. Китайгородская, Н.Н. Розанова. Русская разговорная речь. М., 1983. 239 с.
- Земская 1996:** Е.А. Земская. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). М., 1996. С. 90–141.
- Земская 1996а:** Е.А. Земская. Цитация и виды ее трансформации в заголовках современных газет // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. М., 1996. С. 157–168.
- Земская 1996б:** Е.А. Земская. Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества // Вопросы языкознания, №3, 1996. С. 23–31.
- Земская 2007:** Е.А. Земская. Словообразование как деятельность. М., 2007. 221 с.
- Зозикова 2012:** М. Зозикова. Семантични и функционално-стилистични промени в лексиката на руския книжовен език в края на XX – началото на XXI век (в съпоставка с българския книжовен език. Автореферат канд. дис. Пловдив, 2012. 32 с.
- Ильясова 2009:** С.В. Ильясова, Л.П. Амири. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М., 2009. 295 с.
- Искандарова 2014:** Г.Р. Искандарова. Структурные типы контактированных образований в современном немецком языке// Вестник Челябинского гос. пед. ун-та. № 7. Челябинск, 2014. С. 303–311.
- Иссерс 2014:** О.С. Иссерс. В поисках общего словаря: дискурсивные практики новейшего времени через призму проектов «Слово года»// Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2014. № 50. С. 48–54.
- Кадырова 2014:** Л.Д. Кадырова. Деривационные модели контактированных образований в текстах СМИ // Политическая лингвистика. № 3(49). Екатеринбург, 2014. С. 200–205.
- Какорина 1996:** Е.В. Какорина. Новизна и стандарт в языке современной газеты // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. М., 1996. С. 169–181.

- Карасик 2016:** В.И. Карасик. Игровые конвенции в медийном политическом дискурсе // *Стилистика сегодня и завтра*. М., 2016. С. 257–263.
- Караулов 1987:** Ю.Н. Караулов. Русский язык и языковая личность. М., 1987. 264 с.
- Кашина, Дмитрикова 2009:** М. А. Кашина, Е. В. Дмитрикова. Образ политика в российских СМИ: гендерный аспект // *Управленческое консультирование*. Научно-практический журнал. 2009. № 3. С. 122–136.
- Клушина 2002:** Н.И. Клушина. Имя собственное на газетной полосе // *Русская речь*. № 1. 2002. С. 53–55.
- Кондратьева 2010:** О.Н. Кондратьева. Метафорическая репрезентация политической жизни Украины в идиостиле Юлии Тимошенко // *Политическая лингвистика*. Вып. 4 (34). 2010. С. 101–111.
- Коновалова 2008:** О.Ю. Коновалова. Языковая игра в современной русской разговорной речи. Монография. Владивосток, 2008. 196 с.
- Кормилицына 2007:** М.А. Кормилицына. Тенденция к интеллектуализации текстов современной русской прессы // *Мир русского слова и русское слово в мире*. XI конгресс МАПРЯЛ. Т. 3. София, 2007. С. 395–402.
- Костомаров 1994:** В.Г. Костомаров. Языковой вкус эпохи. М., 1994. 248 с.
- Крысин 1996:** Л.П. Крысин. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // *Русский язык конца XX столетия (1985–1995)*, М., 1996. С. 142–161.
- Крюкова 2008:** И.В. Крюкова. Имена-хронофакты в русской лингвокультуре // *У чистого источника родного языка*. Сборник, посвящ. 60 летию В.И. Супруна. Волгоград, 2008. С. 180–189.
- Кульпина 2002:** В.Г. Кульпина. Психолингвистический анализ в реконструкции восприятия исторических личностей (имена, вторичные имена, прозвища Наполеона в России и Польше) // *Мир психологии*. №3(31). 2002.
- Куранова 2010:** Т.П. Куранова. Функции языковой игры в медиа-контексте // *Ярославский педагогический вестник*. 2010. № 4. Том I (Гуманитарные науки). С. 272–268.

- Лаврова 2010:** Н.А. Лаврова. Языковая игра и ее отношение к норме // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. М., 2010. №6. С. 178–184.
- Лаврова 2010а:** Н.А. Лаврова. Языковая игра: современные исследования // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. М., 2010. №6. С. 184–189.
- Лаптева 1996:** О. А. Лаптева. Стилистические приемы создания иронии в современном газетном тексте // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. М., 1996. С. 150–157.
- Лисоченко, Лисоченко 2000:** Л.В.Лисоченко, О.В. Лисоченко. Языковая игра на газетной полосе // Эстетика и поэтика языкового творчества: Межвуз. сб. науч. тр. / К 95-летию со дня рождения М.А. Шолохова. Таганрог, 2000. С. 128–141.
- Ломов 2015:** А.М. Ломов, А.П. Бабушкин. Каламбур как вид языковой игры: механизмы образования // Вестник ВГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 1. С. 16–19.
- Манаенко 2016:** Г.Н. Манаенко. Методологические и теоретические аспекты когнитивно-дискурсивных исследований языка: Монография. Ставрополь, 2016. 207 с.
- Маринова 2005:** Е.В. Маринова. Визуальные неологизмы: новая графика „старых слов” // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Филология. Выпуск 1(6). Н. Новгород, 2005. С. 127–132.
- Матыгина 2011:** Е.Б. Матыгина. Описание внешности и стиля как особенность изображения женщин-политиков в СМИ // Современная политическая лингвистика. Тезисы Межд. научной конференции. Екатеринбург, 2011. С. 183–186.
- Меснянкина 2015:** Е.И. Меснянкина. Стилистична и социокултурна типизация на каламбура в руската и българската преса. Автореферат канд. дис. София, 2015. 34 с.
- Минков 2014:** Р. Минков. Графическая игра с именами собственными // МАПРЯЛ 2014. Одиннадцатый международный симпозиум. Доклады и сообщения. Велико-Тырново, 2014. С. 141–146.

- Минков 2016:** Р. Минков. Особенности языковой игры в российской и болгарской качественной прессе // Славистика. Вып. XX. Белград, 2016. С. 278–283.
- Михайлова 2015:** О.А. Михайлова, Ю.Н. Михайлова. Семантические вариации актуальных слов: лексемы экстремизм и терроризм в современном русском языке. // Политическая лингвистика. № 1(51). Екатеринбург, 2015. С. 251–256.
- Мокиенко 2012:** В. Мокиенко. Фразеология и языковая игра: динамика формы и смысла // Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2012. Т. 25 (64), № 2 (1), С. 100–109.
- Мокиенко 2016:** В.М. Мокиенко. Функции фразем в современных СМИ // Медиалингвистика. Междун. научный журнал. No 3(13). СПб., 2016. С. 7–19.
- Молдованова 2012:** Л.И. Молдованова. Онимы в современном газетном тексте: структура и особенности функционирования // Язык. Текст. Дискурс. Научный альманах. Ставрополь, 2012. Вып. 10. С. 416–427.
- Москвин 2011:** В.П. Москвин. Каламбур: приемы создания и языковая основа // Русская речь, 2011, № 3, С. 35–42.
- Мустайоки 2016:** А. Мустайоки, Х. Вальтер, И. Вепрева. Феномен актуального слова 2015 года // Quaestio Rossica. Т. 4. 2016. № 4. С. 121–133.
- Нахимова 2007:** Е.А. Нахимова. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург, 2007. 207 с.
- Негрышев 2006:** А.А. Негрышев. Языковая игра в СМИ: текстообразующие механизмы и дискурсивные функции (на материале газетных новостей) // Международный научно-практический (электронный) журнал., 2006. Вып. 5. (inter-cultur@i-net)
- Ненашева 2016:** Т.А. Ненашева, Э.Н. Меркулова. К вопросу о роли прозвищной номинации в создании образа политика // Медиалингвистика. Международный научный журнал. № 4(14). СПб., 2016. С. 70–80.
- Нестерова 2001:** Ю.О. Нестерова. Языковая игра в современной русской разговорной речи. Автореф. канд. дис. Владивосток, 2001. 18 с.

- Нефляшева 2008:** И.А. Нефляшева. Ключевой оним в современном дискурсе и его словообразовательный потенциал // Вестник Адыгейского государственного университета. 2008. Вып. 10 (38). С. 62–68.
- Никифорова 2016:** М.В. Никифорова. Методология и методика лингвополитической персонологии // Теория и методика лингвистического анализа политического текста. Монография: Отв. ред. А. П. Чудинов. Екатеринбург, 2016. С. 182–198.
- Норман 1987:** Б.Ю. Норман. Язык: знакомый незнакомец. Минск, 1987. 222 с.
- Норман 1994:** Б.Ю. Норман. Грамматика говорящего. СПб., 1994. 228 с.
- Норман 2006:** Б.Ю. Норман. Игра на гранях языка. М., 2006. 344 с.
- Нухов 1997:** С.Ж. Нухов. Языковая игра в словообразовании. Автореферат докт. дис. Москва, 1997.
- Парашкевов 2011:** Б. Парашкевов. Отименна лексика в словника на българския език. Енциклопедичен речник на производни собствени имена. София, 2011. 404 с.
- Паси 1972:** И. Паси. Смешното. София, 1972. 300 с.
- Подольская 2008:** О.С. Подольская. Метафора как форма языковой игры // Гуманитарные и социально-экономические науки. № 2(39). Ростов-на Дону, 2008. С. 43–47.
- Полонский 2009:** А.В. Полонский. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова // Русский язык в современном медиапространстве. Белгород, 2009, С. 151–160.
- Полушкевич 2012:** О.А. Полушкевич. Имя нареченное в политическом дискурсе России // Аналитика культурологии. Вып. 1(22). Тамбов, 2012. С. 84–88.
- Пономарева 2005:** О.А. Пономарева. Актуализация политического имиджа В.В. Путина в российских и американских СМИ. Автореферат канд. дис. Волгоград, 2005.
- Попова 2007:** Т.В. Попова. Графодеривация в русском словообразовании конца XX-начала XXI в. // Русский язык: исторические судьбы и современность. III Международный конгресс исследователей русского языка. Труды и материалы. М. 2007.
- Попова 2009:** Т.В. Попова. Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. // Лингвистика креатива. Екатеринбург, 2009, С. 147–176.

- Попова 2011:** Т.В. Попова. Графикация как новое явление в языке и научной когниции // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер.: Филология. Искусствоведение. 2011. Вып. 57, № 24 (239). С. 160–163.
- Попова 2012:** Т.В. Попова. Современные графо-орфографические игры: коммуникативные удачи и неудачи (на материале графикатов русского языка рубежа XX–XXI вв. // Лингвистика креатива. Коллективная монография. Екатеринбург, 2012. С. 199–234.
- Потапова 2012:** Г.А. Потапова. Формирование новых суффиксов в русском языке как процесс // Преподаватель XXI век, М. 2012, С. 329–332.
- Радбиль 2014:** Т.Б. Радбиль. Русский язык начала XXI века в свете проблемы языковой концептуализации мира // Русский язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст: Коллективная монография. Н. Новгород, 2014. С. 8–65.
- Раденкова 2016:** Е. Раденкова. Игровые трансформации паремий и прецедентных высказываний в заголовках российских печатных СМИ. Автореферат канд. дис. София, 2016. 57 с.
- Ратникова 2003:** И.Э. Ратникова. Имя собственное: от культурной семантики к языковой. Минск. 2003. 214 с.
- Рацибурская 2005:** Л.В. Рацибурская. Специфика языковой игры в современных деривационных процессах // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Филология. Выпуск 1(6). Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2005. С. 122–127.
- Рацибурская 2014:** Л.В. Рацибурская, Н.А.Самыличева, А.В. Шуилова. Специфика современного медийного словотворчества // Русский язык начала XXI века: лексика, словообразование, грамматика, текст: Коллективная монография. Н. Новгород, 2014. С. 150–230.
- Романов 2000:** А.А. Романов, Е.Г. Романова, Н.Ю. Воеводкин. Имя собственное в политике: язык власти и власть языка. М.: Лилия ЛТД, 2000. 111 с.
- Самыличева 2010:** Н.А. Самыличева. Особенности графического словообразования в современных СМИ // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкознание. 2010. № 2 (12), С. 191–194.
- Санников 1999:** В.З. Санников. Русский язык в зеркале языковой игры. М.: Языки русской культуры, 1999. 541 с.

- Санников 2005:** В.З. Санников. Об истории и современном состоянии русской языковой игры // Вопросы языкознания, 2005, № 4. С. 3–20.
- СимUTOва 2008:** О.П. СимUTOва. Языковая игра в словообразовании. Автореферат канд. дис. Уфа, 2008.
- Сковородников 2003:** А.П. Сковородников. Каламбур // Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочёты. М., 2003.
- Сковородников 2003а:** А.П. Сковородников. Языковая игра // Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочёты. М., 2003.
- Сковородников 2006:** А.П. Сковородников. О типологии контаминированных текстов (к проблеме терминологического обозначения) // Русский язык за рубежом. 2006. № 5. С. 43–48.
- Сковородников 2010:** А.П. Сковородников // Игра как прием текстопорождения: Коллективная монография под ред. А.П. Сковородникова. Красноярск : Сибирский федеральный университет. 2010, С. 50–62.
- Слободенюк 2016:** Е.А. Слободенюк. Создание образа британского и немецкого политика в современном медиадискурсе Великобритании в аспекте оппозиции „свой – чужой”. Автореферат канд. дис. Н. Новгород, 2016. 24 с.
- Слышкин 2004:** Г.Г. Слышкин. Государственные деятели: след в языковом сознании // Научно-аналитический журнал: Обозреватель-Observer. М.: Рау-Университет, 2004. № 8 (175). С. 116–125.
- Сметанина 2002:** С.И. Сметанина. Медиатекст в системе культуры. СПб., 2002. 383 с.
- СмУлькина 2014:** Н.В. СмУлькина. Особенности восприятия российских политических лидеров в ходе президентской избирательной кампании. Дис. на соискание уч. степени кандидата полит. наук. М., 2014. 198 с.
- СМИ и политика 2007:** СМИ и политика. Учебное пособие. Под ред. Л.Л. Реснянской. М., 2007. 256 с.
- Соколова 2011:** Е. П. Соколова. Медиаобраз иномерного политика (на примере М. Саакашвили // вестник Южно-Уральского гос.

- ун-та. Серия: Социально-гуманитарные науки. 9(226). 2011. С. 123–126.
- Солганик 2001:** Г.Я. Солганик. Свой текст – чужой текст // Словарь и культура русской речи. М., 2001. С. 327–336.
- Стоянов 1999:** К. Стоянов. Обществениите промени (1989–1996) и вестникарският език. София, 1999. 319 с.
- Супрун 1995:** А.Е. Супрун. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкознания. Кн. 6. 1995. С. 17–29.
- Супрун 2000:** В.И. Супрун. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. Волгоград, 2000. 172 с.
- Супрун 2006:** В.И. Супрун. Мгновенная ономастическая ситуация // Ономастика Поволжья: Материалы X междун. конф. Уфа, 2006. С. 92–95.
- Теория и методика 2016:** Теория и методика лингвистического анализа политического текста. Монография: Отв. ред. А. П. Чудинов. Екатеринбург, 2016. 303 с.
- Топоров 1989:** В.Н. Топоров. Имя как фактор культуры (на злобу дня) // Исторические названия – памятники культуры: Тез. докл. Всесоюз. науч. конф. М., 1989. С. 125–129.
- Усова 2014:** Н.В. Усова. Осмысление онтологии имени в филологической традиции // Восточноукраинский лингвистический сборник. Вып. 15, Донецк, 2014. С. 66–75.
- Фельде 2010:** О.В. Фельде. Лик постсоветской России в зеркале прозвищ // Вестник ТГПУ. 2010. Выпуск 6(96). С. 25–28.
- Федотова 2015:** Т.В. Федотова. Динамика ключевых имен собственных в аспекте их прецедентности и деонимизации // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 4. С. 39–41.
- Фокина 2008:** О.В. Фокина. Источники интертекстуальных включений в языке современных газет. М.-Ярославль, 2008. 340 с.
- Ханпира 1972:** Эр. Ханпира. Окказиональные элементы в современной речи // Лингвистические исследования. М., 1972. С. 245–317.
- Хьойзинха 1982:** Й. Хьойзинха. Homo ludens (Исследване на игровия елемент на културата). София, 1982. 327 с.

- Цаголова 2012:** В.А. Цаголова. Лингвокультурный портрет женщины-политика (на примере федерального канцлера Германии Ангелы Меркель) [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. № 6. 2012.
- Цонева 2000:** Л. Цонева. Езиковата игра в съвременната публицистика. Велико Търново: Фабер, 2000. 176 с.
- Цонева 2007:** Л. Цонева. Ключевые имена времени в публицистическом стиле // Stylistyka XVI. Styl i czas. Opole, 2007. С. 423–443.
- Цонева 2009:** Л. Цонева. Каламбури със собствени имена в българската публицистика // Състояние и проблеми на българската ономастика. Велико Търново, 2009. Т. 9. С. 490–510.
- Цонева 2010:** Л. Цонева. Имената на българските политици като обект на езикова игра // Състояние и проблеми на българската ономастика. Велико Търново, 2010. Т. 11. С. 308–326.
- Цонева 2011:** Л. Цонева. Имена российских политиков в болгарском политическом дискурсе // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2011. №35. С. 58–66.
- Цонева 2012:** Л. Цонева. Думата *криза* в медийния дискурс (българско-руски паралели). Велико Търново, 2012. 215 с.
- Цонева 2013:** Л. Цонева. Отражение смерти Б. Березовского в медиадискурсе // Язык. Текст. Дискурс. Научный альманах. Вып. 11. Ставрополь, 2013. С. 256–264.
- Цонева 2014:** Л. Цонева. Имена „героев нашего времени” в современном медиадискурсе // Studia russiko-slovaca universitatis catholica Rosenbergensis, Ustav rusko-slovenskyh kulturnych studii. Ружомберок, 2014. С. 34–47.
- Цонева 2014а:** Л. Цонева. Языковая игра и ее изучение // Медиалингвистика. Международный научный журнал. № 1. 2014. Санкт-Петербург, 2014. С. 101–109.
- Цонева 2015:** Л. Цонева. Слово года „крымнаш“ в русском медиадискурсе // Studia russiko-slovaca universitatis catholica Rosenbergensis. Ружомберок, 2015. С. 30–39.
- Цонева 2016:** Л. Цонева. Слова-победители в конкурсе «Слово года» // Славистика. Книга XX. Белград, 2016. С. 258–263.

- Чистова 2011:** С.С. Чистова. Образ В.В. Путина в средствах массовой информации США // Образ России в зарубежном политическом дискурсе: стереотипы, мифы и метафоры. Материалы Межд. научной конференции. Екатеринбург, 2010. С. 200–203.
- Чудинов 2006:** А.П. Чудинов. Политическая лингвистика. Учеб. пособие. М., 2006. 254 с.
- Шаховский 2006:** В.И. Шаховский. Социальная интеракция власти и народа через языковую игру // Язык и действительность. Сборник научных трудов памяти В.Г. Гака. М., 2006. С. 522–528.
- Шачкова 2008:** И.Ю. Шачкова. Семантика “ключевых слов эпохи” (эпохи Т. Блэра) // Автореферат канд. дис. Великий Новгород, 2008.
- Шейгал 2000:** Е.И. Шейгал. Семиотика политического дискурса. Автореферат докт. дис. Волгоград, 2000.
- Шмелев 2005:** А. Шмелев. Ложная тревога и подлинная беда // Отечественные записки. 2005. № 2(22).
- Шмелева 1993:** Т.В. Шмелева. Ключевые слова текущего момента // Collegium. Киев, 1993. Кн.1. С. 33–38.
- Шмелева 2009:** Т.В. Шмелева. Кризис как ключевое слово текущего момента // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2009. Вып. 2(28). С. 63–68.
- Эпштейн 2005:** М.Н. Эпштейн. Любовные имена. Введение в эротонику // Топос, 22.12.2005.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- Газеты:** „Аргументы и факты” (АФ), „Вечерняя Москва” (ВМ), „Время новостей” (ВН), „Газета.ру”, „Завтра”, „Известия”, „Коммерсантъ”, „Комсомольская правда” (КП), „Московский комсомолец” (МК), „Литературная газета” (Лит. газета), „Московские новости” (МН), „Независимая газета” (Нез. газета), „Новая газета” (Нов. газета), „Общая газета”, „Правда”, „Российская газета” (Рос. газета), „Собеседник”, „Спутник-Новости”, „Труд”.
- Журналы:** „Власть”, „Деньги”, „Итоги”, „Компания”, „Новое время” (НВ), „Огонек”, „Профиль”, „Weekend”.

Лиляна ЦОНЕВА

ИМЕНА И ЛЮДИ

Ключевые имена в медиадискурсе

Монография

Първо издание

Предпечатна подготовка *Райна Кръстева*

Формат 60x84/16

Печатни коли 12,25

Печат и предпечат: Издателство „ИВИС“, 2017
гр. Велико Търново, ул. „Т. Търновски“ № 25, вх. Е

ISBN 978-619-205-069-6