

УДК 811.133.1

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863.3/23.166364>

Оксана СЕМИДА,

orcid.org/0000-0003-2042-5092

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри англійської мови технічного спрямування № 1

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(Київ, Україна) osemida@gmail.com

Тетяна КРАВЧЕНКО,

<https://orcid.org/0000-0003-4790-7462>

викладач кафедри англійської мови технічного спрямування № 1

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

(Київ, Україна) tetiana.v.kravchenko@gmail.com

ВТОРИННА НОМІНАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ДІЯЧІВ У МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглядаються вторинні номінації українських політичних діячів, умови створення таких номінацій та їх оцінна складова. Розглянуто функції та роль вторинної номінації взагалі, а також визначено номінативні ознаки, за якими утворені номінації українських політичних діячів. Вторинні номінації утворені на основі посади, рис зовнішності та характеру, політичних поглядів та переконань, аналогій з історичними персоналіями та міфологічними істотами. Такі номінації виконують оцінну та інформативну функції.

Ключові слова: вторинна номінація, оцінка, конотація, номінативна ознака.

Oksana SEMYDA,

orcid.org/0000-0003-2042-5092

Candidate of Philological Sciences,

Associate Professor at the Department of Technical English Language № 1

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

(Kyiv, Ukraine) osemida@gmail.com

Tetiana KRAVCHENKO,

orcid.org/0000-0003-4790-7462

Lecturer at the Department of Technical English Language № 1

National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

(Kyiv, Ukraine) tetiana.v.kravchenko@gmail.com

SECONDARY NOMINATION OF UKRAINIAN POLITICIANS IN MEDIA DISCOURSE

The article studies secondary nominations of Ukrainian politicians in the mass media discourse, their presentation and stereotypes in media texts. Secondary nominations are the units formed due to the change of the other language unit meaning. They are based on nominative features that comprise different social, linguistic and extra linguistic characteristics. Secondary nominations have always reasons, motivation and social background for creation. To achieve the goal of the article the comparative analysis of Ukrainian politicians' representations in the mass media discourse was performed. The results of the conducted research revealed the models and typical characteristics for secondary nominations. Semantic and stylistic features of the nominative constructions were analyzed along with extra linguistic information that gave origin to such nominations. Secondary nominations can be understood as stylistic means and as the means of nomination forming the concept of named objects. In the article secondary nominations are studied from the point of view of onomastics with the approach their background, evaluative features and connotations. Analysis of secondary nominations of the Ukrainian politicians allow to reveal stereotypes, evaluations and connotations of their perceptions by foreign readers. Monosemic nominations (based on the personal features) and polysemic nominations (based on the held state post) are used.

Having analyzed the modern political media discourse, we found out that secondary nominations of Ukrainian politicians can be classified according to the background information of such units. They are the traits of character and

appearance, position, political credo, belonging to some political parties and organizations, analogies with mythological and historical personalities. The name of the Ukrainian state leader Y. Tymoshenko became subject to the most of such secondary nominations which could be found in all classification categories presented in this article.

Key words: *secondary nomination, evaluation, connotation, nominative feature.*

Постановка проблеми. Сучасні засоби масової інформації є плідним матеріалом для здійснення різноманітних досліджень – соціологічних, лінгвістичних, політологічних тощо, оскільки в ЗМІ знаходять відображення всі аспекти сучасного життя, а особливо політичного. Дослідники навіть зазначають про формування медійного політичного дискурсу, в якому перетинаються і взаємодіють мова, мислення, комунікація та політика. Актуальність статті зумовлена спрямованістю сучасних лінгвістичних досліджень на вивчення мови ЗМІ та лексико-стилістичних засобів відображення сучасної суспільно-політичної картини та її оцінки.

Аналіз досліджень. Для політичного дискурсу ЗМІ характерною є оцінна характеристика політичних діячів, зокрема, це здійснюється завдяки використанню такого прийому, як перифрази (засоби описового зображення об'єктів), або вторинна номінація. Перифрази, будучи одиницями вторинного семіозису, влучно описують певну характеристику об'єкта та залучають до створення номінативної картини різноманітні світоглядні картини людства (Андрєєва, 2017). У дослідженні перифрастичних номінацій учених цікавить їх функціонування, мовні та позамовні причини їх виникнення, структура, значення, конотації, їхня роль у процесах стереотипізації та експресивності мови. Вивченням вторинних номінативних утворень у медійному дискурсі займалися Х. Дацишин, І. Онищенко, Т. Андрєєва, І. Мигович, В. Зайцева, Л. Авраменко, О. Степаненко та інші. Вторинні номінації розглядаються вченими і як стилістичні фігури (Дацишин, 2002), і з точки зору ономастики, як засоби номінації.

Вторинна номінація є поширеним лінгвістичним прийомом та проявом комунікативно-прагматичної спрямованості медійного дискурсу. Вона є утворенням унаслідок зміни семантики готового мовного засобу, називанням предмета новим, соціально обумовленим та соціально вмотивованим іменем. У статті вторинні номінації розглядаються з точки зору ономастики, як вторинні знакові утворення, які містять характеристику ставлення до політичної особи, етнокультурної ситуації, події, факту. Потреба у використанні вторинної номінації в тексті статей викликана насамперед необхідністю пояснення таких понять, що можуть бути незрозумілими для масового іноземного читача. Основною характеристикою вторинної номінації є

її постійне чи повторюване вживання біля зображуваного об'єкта, а вживання такої номінації без об'єкта все одно викликає асоціації з ним. О. Копусь зазначає, що вторинні номінації утворюються внаслідок активного розумового процесу, який вона називає ідентифікацією (Копусь, 2001: 52). Цікавим є дослідження оцінних характеристик вторинних номінацій, в яких прослідковується така структура оцінки: оцінка об'єкта, її підстави; суб'єкти оцінки, якими можуть виступати засоби масової інформації в особі адресанта чи адресата (Бессонова, 2002; Чистякова, 2003). У медійному дискурсі на українську тематику зустрічаються вторинні номінації політичних діячів, географічних назв тощо. Їх аналіз дає можливість виявити уявленні стереотипи (Ліпман, 2004), ознаки та конотації, якими наділяються українські антропоніми і топоніми у французькому медійному дискурсі. Це так званий ономаціологічний портрет, що ґрунтується на фактах номінативного втілення знань про об'єкт дійсності. Цінність такого джерела концептуальної інформації полягає в тому, що закладена в назві ознака відбиває найбільш стійкі уявлення про об'єкт у свідомості носіїв мови. Формування таких номінацій має екстралінгвістичний характер і пов'язане з історичним, політичним та культурним контекстами. Позамовні фактори є важливими в процесі формування вторинних номінацій та їхніх конотацій. Один і той же предмет може отримувати різні найменування та оцінку, що пояснюється здатністю людської свідомості давати одному і тому ж об'єкту різні назви, розглядаючи його в різних логіко-змістових ракурсах (обставини, час, ситуація, особисті переконання). Така властивість вторинної номінації є особливо характерною для зображення українських політиків у французькій пресі. Це зумовлено не лише різноманітністю джерел походження номінацій, але й обставинами створення таких номінацій. Вплив має політична ситуація, що постійно змінюється, який образ бажають створити, погляди та переконання керівників газети, журналіста, цільова аудиторія видання.

Метою статті є виявлення та дослідження вторинних номінацій, за допомогою яких зображуються українські політики у французькій пресі, та які формують оцінне сприйняття їхнього образу і ставлення до них. Матеріалом дослідження стали статті з французьких медіа на українську тематику.

Виклад основного матеріалу. Зібраний матеріал дає підстави говорити про моносемічність та полісемічність вторинних номінацій українських політичних діячів. Так, полісемічними є номінації за виконуваними функціями та посадами. Біля імені кожного президента України, в залежності від того, чи це чинний Президент, чи экс-президент, можна зустріти номінації *président, président élu, président sortant, ex- président, chef de l'Etat, chef de l'Etat sortant*. Така ж ситуація спостерігається і з номінаціями інших впливових політичних діячів, які обіймають або обіймали важливі державні посади: *nouveau premier ministre ukrainien, actuel Premier ministre, Premier ministre sortant*.

Моносемічними є номінації, в основі яких лежить певна риса зовнішності, характеру, що притаманна лише цьому політичному діячеві та є індивідуальною. Президента П. Порошенка описують, як *un homme à la stature imposante*; характерною рисою Ю. Тимошенко була її коса: *femme à la couronne de tresses blondes, belle Ioulia à la natte blonde*.

Загалом, вторинну номінацію українських політичних діячів можна класифікувати за такими номінативними ознаками: риси характеру, зовнішній вигляд, посада, приналежність до певної партії чи організації, політичні погляди та переконання, аналогії з надприродними силами, міфологічними істотами, історичними персоналіями.

Найяскравіше за **рисами характеру** висвітлена політичний діяч, экс-прем'єр-міністр та кандидат в президенти Ю. Тимошенко. Здається, ніби французька преса має особливе ставлення до неї, бо ця жінка отримала номінації і на підставі своєї зовнішності, і рис характеру, і посад, і політичної діяльності. Юлія Тимошенко описується у французькій пресі як харизматичний лідер, бізнес-леді, пасіонарія «помаранчевої революції»: *très charismatique meneuse de la "révolution orange, passionaria, oratrice passionnée, ambitieuse et incroyablement charismatique*. За свою настійливість та наполегливість отримала такі метафоричні вторинні номінації, як *ouragan, dame de fer, bulldozer en jupons*.

Екс-президент України Віктор Ющенко зображується як реформатор, людина, яка постійно прагне змін: *homme du changement, président réformateur*. У залежності від політичної ситуації його номінували або переможцем (*vainquer*), або переможеним (*perdant*) *ma rescapé*.

Інша номінативна ознака – це ознака «**за зовнішнім виглядом**». Вона є найбільш характерною для створення образу Ю. Тимошенко. Французькі ЗМІ подають повний портрет – від зачіски до її уподобань в одязі. Зачіска Ю. Тимошенко

стала її символом та породила низку вторинних номінацій: *dame à la tresse, Marianne à la tresse, femme à la couronne de tresses blondes, blonde égérie de la révolution orange*. Французький журнал “Elle” називає Ю. Тимошенко тигрицею (*tigresse*), метафорично обіграючи таким чином не лише її характер, а й зовнішність: *tigresse* співзвучно з *tresse* (коса). Зовнішній вигляд Ю. Тимошенко та риси її характеру стали джерелом такої алітерації: *pas de stresse pour les tresses* (*Elle, 19.09.05*) (досл. – «ніякого стресу для косичок»). Ця алітерація *stresse – tresses* підказана тією ситуацією, коли уряд Юлії Тимошенко було відправлено у відставку, але експрем'єр-міністр планувала продовження боротьби на наступних виборах 2006 року. Ми бачимо, що коса стала метонімічним втіленням образу Юлії Тимошенко у французьких ЗМІ.

Іншою поширеною ознакою для утворення вторинної номінації українських політиків є характеристика «**за посадою**». Вона характерна для Президента, якого у французьких ЗМІ називають не інакше як головою держави, Президентом, чи лідером «помаранчевої» революції: *chef d'Etat, président, leader de la "Révolution orange"*. У залежності від контексту чи політичної ситуації Ю. Тимошенко називають чинним Прем'єр-міністром або экс-прем'єр-міністром: *l'ancienne Premier ministre, nouvelle Première ministre, première ministre démissionnaire*. Подібна вторинна номінація характерна для всіх політиків, які обіймали цю посаду.

Вторинна номінація «**за приналежністю до певної партії чи організації**», подібно до номінації за посадою, виражає офіційне політичне кредо. Так, за цією класифікацією В. Ющенко є головою опозиційної коаліції, кандидатом від опозиції на виборах 2004 року: *candidat de l'opposition à l'élection présidentielle ukrainienne, chef de la coalition d'opposition Notre Ukraine*. В. Янукович постає лідером Партії регіонів, проросійським кандидатом, біло-блакитним суперником на виборах, кандидатом, що зазнав поразки на виборах, представником проросійського сходу: *leader du Parti des régions, représentant l'est russophone et industriel de l'Ukraine, adversaire malheureux de Iouchtchenko en 2004, ancien adversaire bleu-blanc, candidat prorusse*.

Вторинна номінація утворюється також за ознакою «**погляди та переконання політика**». Така номінація є носієм екстралінгвістичних знань для французького читача, за допомогою неї журналіст зорієнтовує французького читача в політичній ситуації, в українських політичних течіях та партіях. Висвітлення поглядів та переконань є доповненням до ономаціологічного портрету

політиків. Прикладами є номінації, що описують В. Ющенка як прихильника «прозахідного курсу», демократичних поглядів: *leader pro-occidental de l'opposition, président réformateur*. В. Янукович зображується як послідовник «проросійського курсу», прихильник старого режиму: *leader du Parti des régions, candidat de la nomenclatura postsoviétique, candidat prorusse*. За цією ж номінативною ознакою Юлія Тимошенко постає лідеркою, героїнею «помаранчевої» революції: *égérie de la révolution, héroïne du mouvement, principale alliée*. а П. Порошенко – *le «roi du chocolat»* та *remplant dans la guerre contre la Russie*.

Класифікація номінацій за номінативною ознакою «надприродні сили, міфологічні істоти, історичні персоналії, всесвітньо відомі діячі» особливо характерна для популярної жінки-політика Ю. Тимошенко. Зібраний матеріал свідчить, що її образ викликає найбільше образних асоціацій як в українській, так і у французькій пресі. Асоціації проводяться з казковими персонажами та міфічними істотами: *déesse de la révolution, princesse du gaz* (номінація з'явилася після газового конфлікту України з Росією, при цьому робляться натяки на минулі махінації з газом лідерки БЮТ). За революційність, дієвість та рішучість її порівнюють з національними героїнями Франції – Жанною д'Арк, Маріанною: *Jeanne d'Arc ukrainienne, Marianne à la tresse*. Так, у вторинній номінації *Marianne à la tresse* проводяться паралелі між українською жінкою-політиком, лідеркою «помаранчевої» революції і французькою Маріанною. Для французів Маріанна є збірним символічним образом, втіленням Французької Республіки. Не лише їхня революційність, а й схожість зовнішнього вигляду (Маріанна в капелюшку, а лідерка «помаранчевої» революції в косі) зумовила такі паралелі. *Marianne à la tresse* є комбінацією французького та українського образів, що допомагає краще зрозуміти Ю. Тимошенко як особистість, політичного діяча. Асоціативання її зачіски з фригійським капелюшком Маріанни стала підставою для створення модифікованої вторинної номінації – *à la tresse phrygienne* (фригійський капелюшок, в якому зображують Маріанну). За активність та наполегливість її також порівнюють з жінкою аргентинського президента Евітою Перон: *Evita Peron ukrainienne*, за непохитний і незалежний характер – з Маргарет Тетчер: *dame de fer*, за високі ідеали свободи і демократії її називають *madonne slave*. Виникнення номінації *madonne slave* у французів свідчить про те, що їхні уявлення про українську жінку складаються на основі образу Ю. Тимошенко. Іншим яскравим

прикладом вторинної номінації Ю. Тимошенко є *tsarine*. Слово *la tsarine* зафіксовано французькими лексикографічними джерелами у 1717 р. як номінація російської цариці Катерини II. У сучасному французькому контексті цю номінацію вжито по відношенню до Ю. Тимошенко, тобто слово, окрім значення «дружина царя, імператриця», набуває нового значення у політичному контексті, виступаючи однією з характеристик політика. Також можна зустріти анімалістичні символи для зображення політичних діячів. Залежно від політичної ситуації, Ю. Тимошенко порівнюється з тигрицею: *tigresse*, а В. Янукович – з жереб'ям, вигодуваним Росією: *"poulain" de Moscou*. За цією ж номінативною ознакою (надприродні сили, міфологічні істоти, історичні персоналії, всесвітньо відомі діячі) В. Янукович постає втіленням минулого: *symbole du passé, incarnation du passé*.

Загалом, когорту «старих», досвідчених українських політиків називають *les mastodontes de la politique ukrainienne*.

Вторинна номінація українських політиків утворюється на основі того, в результаті яких подій прийшов до влади чи втратив владу: *Viktor Ianoukovitch, renversé par la révolution de Maïdan en 2014; Petro Porochenko, le président porté au pouvoir par cette révolution*.

У французькому газетному дискурсі вторинні номінації широко використовуються і для характеристики топонімів. Наприклад, *Sébastopol – citadelle russe en Ukraine; ville fantôme de Pripyat; deuxième ville importante de l'ouest ukrainien – Ivano-Frankivsk; Lviv, bastion nationaliste de l'ouest de l'Ukraine*.

Висновки. Проведене дослідження показало, що у французькій пресі велика увага приділяється українській політичній сфері, яка частково відтворюється шляхом зображення образів її політичних діячів. Вторинні номінації є засобом, за допомогою якого у читача створюється не лише портрет окремого політика, а й певні стереотипні уявлення про Україну, оскільки ці номінації базуються на різних номінативних ознаках. Номінативні ознаки є набором екстралінгвістичних знань про кожен об'єкт номінації. З номінацій адресат отримує певні знання про країну взагалі: про традиції та культуру, історію, географію, минуле політиків, про зв'язки України з іншими державами. Вторинні номінації виконують інформативну функцію і сприяють міжмовній і міжкультурній взаємодії. Їх вживання у французькому газетному дискурсі є дуже важливим для французького адресата, оскільки вони допомагають йому краще зорієнтуватися в українських антропонімах і топонімах, скласти уявлення про Україну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева Т.М. Перифразовий портрет українського політичного діяча в українському інтернет-просторі. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. № 9. С. 47–51.
2. Бессонова О.Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивно-гендерні аспекти. Донецьк. 2002. 362 с.
3. Дацишин Х. Антропоморфна метафора в сучасному українському політичному дискурсі (на матеріалі мас-медіа). *Українська періодика: історія і сучасність*: зб. доп. та повід. 7-ї Всеукр. наук.-теор. конф. Львів. 2002. С. 501–504.
4. Копусь О. Проблема визначення статусу перифраза у мовознавстві (на матеріалі роману «Собор» О. Гончара). *Лінгвістичні дослідження*: зб. наук. праць. Харків: 2001. №. 7. С. 51–55.
5. Липпман У. Общественное мнение. М. 2004. 384 с.
6. Чистякова О.Н. Основание социальной оценки в газетном тексте. *Языкознание. Русская и сопоставительная филология*. Казань. 2003. С. 147–149.

REFERENCES

1. Andryeyeva T.M. Perifrazovij portret ukrayinskogo politichnogo diyacha v ukrayinskomu internet-prostori [Periphrastic portrait of the Ukrainian political statesman in the Ukrainian Internet]. *Odessa Linguistic Journal*. 2017. № 9. P. 47–51 [in Ukrainian].
2. Byessonova O.L. Otsinnij tezaurus anglijskoyi movi: kognitivno-genderni aspekti [Evaluative thesaurus of the English language: cognitive-gender aspects]. Donetsk. 2002. 362 p. [in Ukrainian].
3. Datsyshyn H. Antropomorfna metafora v suchasnomu ukrayinskomu politichnomu diskursi (na materialy mas-mediya) [Anthropomorphic metaphor in the modern Ukrainian political discourse (on mass-media materials)]. *Ukrainian periodical edition*. Lviv. 2002. P. 501–504. [in Ukrainian].
4. Kopus O. Problema vyznachennya statusu peryfrazu u movoznavstvi (na materialy romanu “Sobor” O. Honchara) [The problem of periphrases status in linguistics (on novel “Cathedral” by O. Honchar)]. *Linguistic studies*. Kharkive. 2001. № 7. P. 51–55 [in Ukrainian].
5. Lippman U. Obshestvennoe mnenie [Public opinion]. 2004. 384 p. [in Russian].
6. Chistyakova O.N. Osnovanie socialnoj ocenki v gazetnom tekste [Social evaluation in the newspaper text]. *Linguistics. Russian comparative philology*. Kazan. 2003. P. 147–149 [in Russian].