

## **ВІДОНІМНІ НЕОЛОГІЗМИ ЯК ЗАСІБ ЕКСПРЕСИВНОСТІ В ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ**

*У статті порушено проблему відонімних неологізмів, які слугують для увиразнення текстів соціальних мереж. Метою дослідження є з'ясувати словотвірні особливості відонімних неологізмів у соціальних мережах. Матеріал дослідження відібрано протягом 2020 – 2023 рр. з соціальної мережі Twitter; він відображає в цілому суспільні настрої та запити користувачів мережі.*

*Неологізми соціальних мереж ближчі до авторських неологізмів, адже їхня поява пов'язана більшою мірою зі стилістичними особливостями текстів соціальних мереж, аніж із потребою називати нові реалії.*

*Експресивні неологізми та власні назви взаємодіють двома способами:*  
**а.** власна назва є основою для творення відонімного неологізму, що може належати практично до будь-якої повнозначної частини мови;  
**б.** апелятиви та їхні комбінації запозичують форму власної назви. В обох випадках йдеться про онімну гру, що становить собою процес формування okazionalizmів і неологізмів. Відонімні неологізми утворюються через ряд словотвірних та семантичних змін. Переважно засвідчуємо комбінацію різних методів (наприклад, запозичення + словоскладання, словоскладання + суфіксація тощо). З кожним повторним вживанням експресивність неологізму втрачається, саме тому користувачі можуть з часом відмовитися від його вживання: через брак ефекту несподіванки. Деякі новотвори вживаються okazionalно, адже доречні лише у певному вузькому контексті. Неологізми соціальних мереж залежні від суспільно-політичного контексту, тож спроби творення лексичних одиниць, які суперечать цьому контексту (навіть суто на емоційному рівні), приречені на фіаско.

*Експресивне використання відонімних неологізмів є характерним для всіх досліджуваних мов (української, французької, англійської) з деякими відмінностями в способах їх утворення.*

**Ключові слова:** власна назва, експресивність, неологізм, okazionalizm, онімна гра.

## **PROPER NAMES RELATED NEOLOGISMS AS A MEANS OF EXPRESSIVENESS IN ONLINE COMMUNICATION**

**I.S. Bozhko**

*The article raises the problem of proper names related neologisms that serve the aims of expressivity in the texts of social networks. The research is focused on the word-formation peculiarities of proper names related neologisms in social networks. The research material was selected during 2020-2023 from the social network Twitter; the material reflects the general public's mood and the preoccupations of netizens.*

*Neologisms of social networks are close to author neologisms, since their appearance is connected to a greater extent to the stylistic features of the texts of social networks, than to the need to name new realities.*

*Expressive neologisms and proper names interact in two ways: **a.** a proper name is the basis for creating a proper name related neologism that can belong to almost any part of speech; **b.** appellatives and their combinations borrow the form of the proper name. In both cases, it is the question of onymic game, i.e. the process of forming of occasionalisms and neologisms. Proper name related neologisms are established through a number of word-forming and semantic changes. We mostly attest to a combination of different methods (for example, borrowing + composition, composition + suffixation, etc.). With each repeated use, the expressiveness of a neologism is lost, which is why users may eventually abandon its use: due to the effect of lack of surprise. Some innovations are used occasionally since they are appropriate only in a certain narrow context. Neologisms of social networks depend on the socio-political context, so trying to create lexical units that contradict this context (even purely on an emotional level) is doomed to failure.*

*Expressive use of proper name related neologisms is characteristic of all languages under examination (Ukrainian, French, English) with some differences in the ways of their formation.*

**Key words:** *proper name, expressiveness, neologism, occasionalism, onymic game.*

**Постановка наукової проблеми.** Онлайн-комунікація в соціальних мережах подекуди сприймається як змагання з дотепності, адже, як і в будь-якому писемному тексті, у дописах соцмереж цінується вишукана експресія, завдяки якій допис імовірно отримає ширшу аудиторію. Поява неологізмів у мові – передусім поза художнім текстом – пов'язується з **потребою називати нову реалію**. Однак неологізми соціальних мереж переважно не пов'язуються з проблемами найменування чогось нового, вони функціують як синоніми до наявних лексичних одиниць, тож у цьому сенсі вони близькі до авторських неологізмів, однак з уточненням щодо їхнього колективного вживання групою користувачів.

Окрему групу неологізмів становлять відонімні новотвори, які відзначаються експресією, нашаруванням алюзій, активним використанням онімної гри. Саме через здатність відонімних неологізмів до багатозначності та алюзійності їхній статус особливий.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам неології та ономастики присвячений цілий випуск французького лінгвістичного часопису *Cahiers de lexicologie – Néologie et noms propres* (2018) під редакцією Венсана Бальна. Саме в цьому збірнику опубліковано працю Жана-Луї Вакселера, де лінгвіст міркує над природою та походженням відонімних неологізмів [13]. Дені Жаме аналізує зв'язок між неологізмами, власними назвами та евфемізмами / дисфемізмами [Jamet]. Класиком досліджень відонімної і не лише відонімної неології є Жан-Франсуа Саблероль, який пропонує типологію відонімних неологізмів за способом творення [12].

Інтерес до неологізмів у соціальних мережах активний як ніколи. Зокрема О. Стишов аналізує способи творення цих лексичних одиниць, які, однак, називає okazionalizмами [5]. У дослідженні Н. Білоус та Н. Новохатської основа відонімних неологізмів конкретизована, а акцент зроблено на стилістиці та прагматиці заголовків з відонімними неологізмами [1]. Тож, як бачимо, проблема відонімної неології знаходить відгук у дослідженнях

вітчизняних та зарубіжних учених. Однак актуальною лишається проблема конкретизації функціонування відонімних неологізмів у текстах соціальних мереж.

**Мета дослідження** – визначити особливості відонімних неологізмів у соціальних мережах, з'ясувати шляхи їхнього утворення та загальні риси функціонування.

Матеріалом дослідження послуговували відонімні неологізми та okazіоналізми, зібрані в період з 2020 по 2023 роки в соціальних мережах (переважно Twitter), тобто зібраний матеріал значною мірою відображає новотвори періоду повномасштабного російського вторгнення та пандемії COVID-19. Дослідження здійснено на матеріалі української, французької та англійської мов.

**Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Варто відзначити, що продуктивність власних назв як словотвірної бази ставиться під сумнів численними лінгвістами. Зокрема, Жан-Луї Вакселер зауважує, що власні назви, а головним чином антропоніми, є складним матеріалом для мовних інновацій, адже маніпуляції з власною назвою іноді сприймаються як маніпуляції з особою [13: 47]. Про непродуктивність та маргінальність власних назв, зокрема у французькій мові, стверджують Мішель Ноаї [10: 111] та Марі-Ноель Гарі-Прійор [7: 8]. Утім, такі міркування розбиваються об аналіз словникових статей, адже кількість відонімних лексем несподівано велика [13: 47].

Проте, аналізуючи відонімні неологізми соціальних мереж, відзначаємо з одного боку їхню сприйнятливість до семантичних змін та словотвірних маніпуляцій, а з іншого – лише виняткові випадки їхньої стабілізації в мові, адже первинна функція неологізмів соціальної мережі – це експресія, привернення уваги читачів за рахунок неординарності мовних засобів. І хоч іноді неологізм Інтернет-простору є цілком виправданим з погляду економії мовних засобів, він не витримує випробування часом або ж не набуває достатнього поширення з різних причин.

Проблемною є термінологія нашого дослідження, адже в українській лінгвістиці немає єдиного підходу до визначення неологізмів та okazіоналізмів. Є. Новікова, зокрема, відзначає, що традиційно неологізмами вважають лексичні одиниці, які увійшли до словників, тоді як okazіоналізмами слід вважати авторські експресивні новотвори [4: 100]. Тож за такою логікою всі досліджувані нами лексичні одиниці слід розглядати як okazіоналізми. При цьому у франкомовних джерелах [9; 12; 13] до неологізмів зараховують усі мовні новотвори незалежно від їхньої наявності в лексикографічних джерелах, а термін *okazіоналізм* зарезервований за філософією та теологією. У пропонованому дослідженні ми позначаємо терміном *неологізм* експресивну лексичну одиницю, яка попри "неузаконений" статус набула все ж певного поширення у соціальних мережах, що сприяло певному "стиранню" її виражальності. *Okazіоналізмом* вважаємо лексичну одиницю, вживання якої обмежується окремою ситуацією чи лексиконом окремого користувача соціальної мережі.

Для з'ясування способів творення відонімних неологізмів звертаємося до напрацювань Жана Прювоста та Жана-Франсуа Саблероля [11], які зокрема виділяють деривацію, словоскладання, усичення та аббревіацію, імітацію та деформацію (фактично мовну гру), семантичні зміни, зміну синтаксичної ролі. Розглянемо згадані засоби творення відонімних неологізмів. Одразу

відзначимо, що найчастіше не йдеться про один із них, а про поєднання декількох способів, тож запропонований поділ досить умовний.

**Деривація**, напевне, один із найпоширеніших способів творення неологізмів. При цьому неологізми утворюються як від онімної основи (укр. *закобзонити, берсеркувати*; фр. *routinolâtre, putlérien*), так і від апелятивів за допомогою антропоформантів (англ. *Private Conscriptovich, Colonel Kleptovsky, General Oligarkov*, укр. okazіonalіzmi: *Волонтеренко, Блогеренко, Мирон Гамселюк-Репостенко*) та топоформантів (укр. *Усть-Пиздюйськ* на позначення типового російського міста, *Ванкуверщина* як збірний образ українських емігрантів, зазвичай у зневажливому контексті; ест. *Tiblandia* від *tibla* на позначення міста Таллінн у контексті засилля росіян, де *tibla* – зневажливе найменування росіян).

Тоді як в англійській мові потрібні мінімальні, а найчастіше нульові втручання в морфемну структуру лексичної одиниці, для щоб вона виконувала різні синтаксичні ролі в реченні, тобто набувала рис різних частин мови, в українській та французькій мовах афіксація є провідним засобом творення відонімних дієслів, прикметників чи прислівників, що доводять вище наведені приклади. Значна кількість цих новотворів зберігають статус okazіonalіzmi, однак маловживаність дозволяє їм не втратити образність та експресивність. Домінування деривації в українській мові пояснюється її синтетичним характером, тоді як у французькій мові це скоріше відголоски синтетичної латини. Лише на основі прізвища чинного президента Франції утворено такі деривати: *macronner, macroniser, macronien, macronesque, macroniaque, macroniste, macronnerie, macronnard* тощо.

Англійський неологізм *novichoke* становить собою дієслово, значення якого можна визначити як 'отруювати новічком'. Структурно дієслово нічим не відрізняється від іменника, хоча залежно від морфологічної форми може приєднувати закінчення. Неологізм імовірно є прикладом онімної гри, адже впадає в око адаптація до форми *novichoke* (а не *novichok*, як би мала записуватися назва отруйної речовини за фонетичним принципом), де *choke* – 'душити'.

**Словоскладання / телескопія** є провідними способами онімної гри, тож їхня важливість для відонімної неології поза сумнівом. Репрезентативними прикладами є *Столінінберг* (від *Столтенберг* + *Столінін*), *Свиноґор'є* (укр.), *Vladylant, Putinland, Londongrad* (англ.), *Putler, Vatnikland* (з франкомовних текстів, проте складені з запозичених елементів). *Толстоевський*, вигаданий Євгеном Маланюком та легалізований П'єром Баяром у французькій мові як *Tolstoïevski*, має okazіonalіzmi товаришів по перу: *буніна-сіберяка* і *грибодовського*, які є продуктом словоскладання та контамінації.

Нерідко застосовуються комбіновані способи словотвору: "*Коростень – столиця ейфелевожебудування*", "*ОМГ ВСУ ОБСТРЕЛЯЛИ ЛОПАТУ ВО ДВОРЕ СЕЛА НИЖНИЙ ПИЛАПТЯМИХЛЕБЩИЦСК*", "*шось на мікеланджелоантоніонівському*". У такому разі йдеться скоріше про суфіксацію фрази.

**Усічення та аббревіація**. Тоді як для французької мови усічення та аббревіація є одним із популярних способів словотвору, зокрема на фамільярному стилістичному рівні, в українській мові цей спосіб творення неологізмів не набув поширення, принаймні з метою експресивності. Маніпуляції, пов'язані з усіченням, передусім стосуються імен політиків (напр., укр. *Порох, Зеля*, фр. *Мани, Sarko* тощо), однак вони не мають аж

такого експресивного навантаження, а з кожним повторним вживанням втрачають первинну виразність.

Квазіонім *Ненацьк* як продукт аферези й апокопи від прислівника *знацька* набув поширення саме у графічному вигляді як відповідь на те, звідки почнеться український контрнаступ (Рис. 1).



Рис. 1. Квазіонім *Ненацьк*. Автор ілюстрації – Михайло Дунакоський, <https://twitter.com/mikedunakovskiy>

**Імітація та деформація.** Відонімні неологізми, яким присвячене це дослідження, є фактично одним із аспектів онімної гри. Тож серед засобів творення відонімних неологізмів є і відверто ігрові імітація та деформація, які фактично послуговуються контамінацією : укр.: *Павербанкова* ("коли на Банковій немає світла, вона перетворюється на Павербанкову"), *Мілфіно* (як деформація *Тьоткіно*, населений пункт російського прикордоння, обігрується етимон *тьотка* за рахунок обсценного синоніма *мілфа* від англ. *MILF* – *Mother I'd Like to Fuck*), *starshyi soldat Pepetrenko* (*Pepe*, жаба-мем + *Петренко*); фр. *Fessepuke* (контамінація фр. *fesse* та англ. *puke*, яка фонічно імітує назву соцмережі), *Marine Le Poutine* (контамінація *Marine Le Pen* і *Poutine*), англ.: *Boreas Johnson* (*Борей Джонсон*, утім, звучання лишається майже ідентичним). Ігри в імітацію є найбільш поширеними онлайн. Утім, цей прояв онімної гри не завжди веде до появи більш-менш стійких лексичних одиниць, найчастіше йдеться про okazionalizmi, як це демонструє Рис. 2.

Насправді онімна гра виходить за межі імітації та деформації, як і має значно глибші корені, ніж часи постмодернізму. Так, Анхель Іглесіас Овехеро виводить поняття *людонімії* (фактично онімної гри), послуговуючись текстом "Дона Кіхота" [8: 21], дослідники верлану згадують про верланізовану версію імені Трістана – *Тантріс* – у тексті "Трістана і



Ізольди" [6: 149]. А свідчення конотонімізації топонімів існують, напевне, від моменту появи цивілізації.



Рис. 2. Імітації назв озброєння. Джерело: <https://bit.ly/3okmv7Y>

Яскравим прикладом імітації (а отже, онімної гри) є найменування *Firstname Bunchofnumbers* (також у версії *Firstname O'Bunchofnumbers*), яке застосовують у дискусії з підозрілими акаунтами, найімовірніше ботами, оскільки ідентифікатори таких акаунтів становлять собою ім'я та ряд цифр, написані без пробілу: *"Hello my name is Firstname Bunchofnumbers and i have some incredibly shitty opinions"* (Привіт, я Ім'я Купаццифр і у мене неймовірно гівняні ідеї). Також існує франкомовна версія *Prénom Suitedechiffres*: *"Salut, je suis Prénom Suitedechiffres, grand admirateur de Poutine. Vous m'avez sûrement déjà vu dans "Le Covid est un complot de Big Pharma" ou dans "Le changement climatique n'existe pas" (Привіт, я Ім'я Купаццифр, великий шанувальник Путіна. Ви вже могли мене зустріти у "Ковід – це змова великих фармацевтичних компаній" та "Кліматичних змін не існує")*.

**Семантичні зміни** є проявом конотонімізації. Так, в англomовному просторі соціальних мереж ім'я *Karen* асоціюється з недалекою жінкою; у франкомовному просторі інтелектуальна неповносправність найчастіше пов'язується з іменами, запозиченими з англійської мови: *Dylan*, *Kevin* тощо, химерними іменами, неприбутими традиційній французькій культурі. Повномасштабне вторгнення РФ на територію України каталізувало процеси конотонімізації. Так, ім'я *Микола* почало асоціюватися з рядовим українським військовим, таке значення відсутнє в "Словнику конотативних власних назв" Г. Лукаш [3: 171]. Нюанси значення конотоніма *Микола* варіюються: від роботяги середнього віку до дрібного швейкуватого шкідника (див. Рис. 3). Цікаво, що з російського погляду українці скоріше асоціюються з Тарасами; останнім часом у соціальній мережі Twitter українські користувачі іронізують з російського *"Тарас Басаєв гуляє по России все шире"*, асоціюючи з Тарасом Басаєвим уявного персонажа визвольної війни.



Рис. 3. Микола – український рядовий

При цьому до російських солдатів найчастіше застосовується конотонім *Ванька, Іван* (імітація прізвища на кшталт *Говнов*).

Експресивні гідроніми *Стир* і *Збруч* з українського сегменту Twitter мають різні історії розвитку конотативних значень. Так, назва *Стир* отримала "мемний потенціал" через новину "*До Луцька по Стиру пливе дохла свиня*". *Збруч* – назва часопису, в якому Юрій Андрухович опублікував есе "*Едіная країна*", яке свого часу збурило мешканців "не того берега Збруча". Репутацію видання підкріпили подальші публікації, зокрема "*Спаси себе і спаси ціле людство*" Ярослава Грицака, де автор дещо знецінювально стверджує, що "культурний капітал мігрує із заходу на схід [України]" [2]. Крім безневинних гумористичних обігрувань на кшталт "*З Лондона по Стиру-на-Майні пливе дохла свиня*", знаходимо також заміну *Збруча Стиром*: "*Уривок статті Ярослава Гриценка в інтелектуальному часописі "Стир"*".

Слід відзначити, що у франкомовному онлайн-просторі цілком природними є подібні внутрішні конфлікти, відображені у топонімах чи мікроконтекстах з топонімами (*Merdseille, bordel de Bordeaux*), проте, на жаль, ми не володіємо більш глибоким внутрішнім контекстом, окрім загальних фактів суперництва регіонів та міст.

Специфічним випадком є конотонімізація поетонімів. Напевне, класичним прикладом є вживання поетоніма *Мордор* на позначення РФ. Проте вживання власних назв із фантастичного простору Джона Рональда Руена Толкіна цим не обмежується: *Барад-дурський район* ("*громада Барад-дурського району вітає вас! щасливої дороги!*"), *Гондор* (про Гончарівське, ППД 1-ї танкової бригади); "*Мордор, Гондор, Рівендел і Калідор*", "*Батько наш - Гіл-Галад / Рівендел – Мати / Ми за Рівендел будем воювати!*"

Поетоніми з популярних художніх текстів загалом мають шанс на конотонімізацію, однак їхнє вживання все ж okazіональне. Так, на Рис. 4 продемонстровано вживання поетонімів *Мотря* і *Мелашка* з "Кайдашевої сім'ї", які почали втілювати ворогуючі гілки родини. Також знаходимо okazіоналізм *Мелашка Ланністер*, який відсилає не лише до "Кайдашевої сім'ї", а й до "Три престолів" та слугує аллюзією до внутрішніх родинних конфліктів.



Рис. 4. *Мотря* і *Мелашка*

**Епонімія** є одним із підтипів семантичних змін. Так, вживання *вагнер(и)* на позначення найманців ПВК "Вагнер" (яка у свою чергу була названа на честь композитора) є, напевне, класичним прикладом епонімії, що, утім, не додає висловлюванню експресії. Як ми переконуємося, саме okazіональність вживання пов'язується з експресивністю: *"за 2022 українці провели стільки т зв "годин землі", що вистачить на кілька десятиліть наперед. Скільки це в гретатунбергах?"*, де *гретатунберг* є уявним мірилом екологічності способу життя. Подібний приклад знаходимо в реплях президентові Франції від акаунту українського користувача: *Je propose désormais de mesurer le niveau d'insignifiance en macrons de 1 à 10 (Я пропоную віднині вимірювати рівень незначущості в макронах від 1 до 10)*.

**Зміна синтаксичної ролі** власної назви передусім властива аналітичним англійській та французькій мовам: це добре демонструють класичні речення і словосполучення *google it!*, *carré Hermès* тощо. Загалом для продуктів морфолого-синтаксичного способу не властива експресивність, зокрема у французькій мові такі групи слів нерідко є банальними еліптичними конструкціями, проте поодинокі експресивні вживання все ж наявні, як-от вживання власної назви в ролі числівника (обставина в реченні): *Les hausses des déficits se chiffrent en macrons d'euros !!* (Збільшення дефіциту виражається в макронах євро!!).

**Неологізми ефемерні.** Ця розвідка, напевне, звелася б до аналізу онімної гри як явища в Інтернет-просторі, однак погляд на проблему під децю іншим кутом дозволяє також розглядати стабільність відонімних неологізмів в соціальних мережах. Банальним буде стверджувати, що неологізми



нестійкі, залежать від соціального, політичного, культурного контекстів, врешті-решт, від моди, коливань громадської думки. Попри ефемерність okazіonalіzmів-неологізмів вони вирізняються також своєрідною грою в імітацію одне одного, словотвором за подібною моделлю. За період повномасштабного вторгнення РФ на територію України ми засвідчили понад 100 квазітопонімів – переважно okazіonalіzmів – на позначення російських міст. Як мінімум половина цих квазіназв утворена топоформантом -ськ, а більшість усіх топонімів – щонайменше двокомпонентні назви або результат словоскладання. При цьому словотвірна тенденція зберігається. Те саме відбувається і з найменуваннями ворогів: хоча і хвиля активного словотвору перших місяців повномасштабного вторгнення спала, okazіonalіzми засвідчують домінування певних моделей словотвору: *Іван Говнов, Ванька Дрочеров, ейфрейтор Фьодр, прапорицк Распідзяев, сержант Пердунов* (березень 2022) → *прапорицк Спідзяев, Сержант Говнов, прапорицк Залупкін* (орієнтовно літо – осінь 2022).

Франкомовні словотвірні експерименти з прізвищем чинного президента, згадані вище, є лише продовженням словотвірних експериментів з прізвищами попередніх президентів (з тим нюансом, що підбір словотвірного суфікса адаптується до фонічних особливостей власної назви для відчутнішої експресії та до можливостей через словотвірні засоби виразити алюзію до реальних чи уявних фактів біографії: *Nikolaï Sarkozitch, Nikolaï Fiodor Aliochkevitch Sarkozin*).

**Неологізми-фейки.** Явище неологізмів-фейків, на наш погляд, пов'язане з тією ж причиною, яка породжує okazіonalіzми і неологізми соціальних мереж: прагненням дотепності, експресивності, популярності. Однак якщо неологізми / okazіonalіzми вживаються в реальних контекстах, те, що ми називаємо *неологізмами-фейками*, має вигляд пропозиції найменувань від окремих користувачів мережі та ніколи не вживається у контексті: *"Коллекция неологизмов: To be ukrained, Blyatskrieg, Скримздити, Прохерсонити, Відчорнобаїти (и відзмеїти!)"*; *"Полюбляю дієслова ВідБАР"ЯКТАРИТИ, ЗаНЕПТУНИТИ, ЗаєБУЧИТИ, ВідІРПІНИТИ, ПереЧОРНОБАЇТИ, НаГОСТОМЕЛЯТИ, ПриДЖАВЕЛІНИТИ"*; *"Шольцити – наобіцяти і не зробити. Обмеркелитися – всратися і не визнавати. Макронити – намагатися бути зручним та незамінним для всіх"* (мову та орфографію твітів збережено). Попри те що частина цитованих вище відонімних утворень все ж була вживаною протягом певного часу, більшість із них не може бути органічно вписаною в твіти чи будь-які інші тексти, зважаючи в тому числі на суспільний контекст. Парадоксально, але відонімні дієслова *to scholz, macronner* (*шольцити, макронити*) набули поширення в англо- та франкомовних сегментах соціальної мережі саме як уведені в контекст дієслова, а не імітації словникових статей. Усе ж, на нашу суб'єктивну думку, маніпуляції з іменем чи прізвищем політичного опонента – особливо з використанням обсценної лексики – є проявом низької політичної культури та сумнівного мовного смаку, що, утім, не заборонено.

**Висновки та перспективи дослідження.** У контексті власних назв та експресивних неологізмів відзначаємо, що останні можуть бути утвореними від власних назв або ж становити собою імітації власної назви. В обох випадках ідеться про онімну гру як процес, результатом якого є поява okazіonalіzmів і неологізмів. Способи творення неологізмів нерідко комбіновані (запозичення + словоскладання, словоскладання + суфіксація

тощо). З кожним повторним слововжитком неологізм втрачає експресивність первинного вживання, однак це не означає, що всі новотвори приречені на таку долю: деякі з них вузькоконтекстуальні, інші – не враховують суспільно-історичного контексту, більше того, навіть не уведені в речення, тобто перебувають і поза мовленнєвим контекстом.

Експресивна відонімна неологізація притаманна усім досліджуваним мовам (українській, французькій, англійській) з незначними відмінностями у способах творення.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в деталізації зв'язку між суспільними викликами та інтенсивністю словотворення, домінуючими основами, семантикою новотворів.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Білоус Н. П., Новохатська Н. В. Відонімні неологізми з основами Обама і Труп в інтимізованих заголовках. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія": серія Філологія".* Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 5(73). С. 206–209.
2. Грицак Я. Спаси себе і спаси ціле людство. *Збруч*. 2023. URL: <https://zbruc.eu/node/115430> (дата доступу: 26.05.2023).
3. Лукаш Г. Словник конотативних власних назв. Вінниця: Твори, 2018. 280 с.
4. Новікова Є. Б. Неологізм, okazіоналізм, потенційне слово: проблеми розмежування. *Лінгвістичні дослідження: зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди*. 2017. Вип. 45. С. 97–102.
5. Стишов О. Особливості словотворення складних okazіоналізмів у сучасній українській мові. *Лінгвістичні дослідження*. 2022. Вип. 43. С. 41–52.
6. Azra J., Cheneau, V. Jeux de langage et théorie phonologique. Verlan et structure syllabique du français. *Journal of French Language Studies*. 1994. 4(2). P. 147–170.
7. Gary-Prieur M.-N. Le nom propre constitue-t-il une catégorie linguistique? *Langue française*. 1991. 92. P. 4–25.
8. Iglesias Ovejero A. El juego de la traducción y Cervantes: Algunas observaciones sobre interferencias lingüísticas en el Quijote y su última traducción al francés (2001). *Le premier Quichotte de 1605 et ses avatars littéraires et iconographiques : Actes de la journée de Recherche sur le Quichotte* (14 octobre 2005, Institut Cervantès), Crisoladas, 1, Ed. C.R.I.S.O.L. 16/17, Université Lumière-Lyon 2, P. 7–42.
9. Jamet D. Euphémismes/dysphémismes, noms propres et néologismes en anglais. Un curieux ménage à trois. *Cahiers de lexicologie*. 2018. n° 113, Néologie et noms propres. P. 95–111.
10. Noailly M. La querelle des noms propres. *Modèles linguistiques*. 1999. 39. P. 107–112.
11. Pruvost J., Sablayrolles J.-F. Les néologismes. Paris : Presses universitaires de France, 2016. 128 p.
12. Sablayrolles J.-F. Diversité des relations entre néologie et noms propres. *Cahiers de lexicologie*. 2018. n° 113, Néologie et noms propres. P. 29–43.
13. Vaxelaire J.-L. Sarkoleaks au Jupiterland. Les noms propres au service de la créativité lexicale. *Cahiers de lexicologie*. 2018. n° 113, Néologie et noms propres. P. 45–59.

#### **REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)**

1. Bilous N. P., Novokhatska N. V. Vidonimni neolohizmy z osnovamy Obama i Trump v intymizovanykh zaholovkakh [Rendering English neologisms with Obama and Trump Root Morphemes]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia": seriia Filolohiia*. Ostroh: Vyd-vo NaUOA, 2019. Vyp. 5(73). S. 206–209. [in Ukrainian].
2. Hrytsak Ya. Spasty sebe i spasty tsile liudstvo [To save oneself and to save the whole humanity]. *Zbruch*. 2023. URL: <https://zbruc.eu/node/115430> (date of access: 26.05.2023). [in Ukrainian].
3. Lukash H. Slovyk konotatyvnykh vlasnykh nazv [Dictionary of connotative proper names]. Vinnytsia: Tvory, 2018. 280 s. [in Ukrainian].
4. Novikova Ye. B. Neolohizm, okazionalizm, potentsiine slovo: problemy rozmezhuvannia [Neologism, Occasionalism, Potential Word: Problem of Their Differentiating]. *Linhvistychni doslidzhennia: zb. nauk. prats KhNPU im. H.S. Skovorody*. 2017. Vyp. 45. S. 97-102. [in Ukrainian].
5. Styshov O. Osoblyvosti slovotvorennia skladnykh okazionalizmiv u suchasni ukraine movi [Peculiarities of word formation of complex occasionalisms in the modern Ukrainian language]. *Linhvistychni doslidzhennia*. 2022. Vyp. 43. S. 41-52. [in Ukrainian].
6. Azra J., Cheneau, V. Jeux de langage et théorie phonologique. Verlan et structure syllabique du français. *Journal of French Language Studies*. 1994. 4(2). P. 147-170.
7. Gary-Prieur M.-N. Le nom propre constitue-t-il une catégorie linguistique? *Langue française*. 1991. 92. P. 4-25.
8. Iglesias Ovejero A. El juego de la traducción y Cervantes: Algunas observaciones sobre interferencias lingüísticas en el Quijote y su última traducción al francés (2001). *Le premier Quichotte de 1605 et ses avatars littéraires et iconographiques : Actes de la journée de Recherche sur le Quichotte* (14 octobre 2005, Institut Cervantès), Crisoladas, 1, Ed. C.R.I.S.O.L. 16/17, Université Lumière-Lyon 2, P. 7-42.
9. Jamet D. Euphémismes/dysphémismes, noms propres et néologismes en anglais. Un curieux ménage à trois. *Cahiers de lexicologie*. 2018. n° 113, Néologie et noms propres. P. 95-111.
10. Noailly M. La querelle des noms propres. *Modèles linguistiques*. 1999. 39. P. 107-112.
11. Pruvost J., Sablayrolles J.-F. Les néologismes. Paris : Presses universitaires de France, 2016. 128 p.
12. Sablayrolles J.-F. Diversité des relations entre néologie et noms propres. *Cahiers de lexicologie*. 2018. n° 113, Néologie et noms propres. P. 29-43.
13. Vaxelaire J.-L. Sarkoleaks au Jupiterland. Les noms propres au service de la créativité lexicale. *Cahiers de lexicologie*. 2018. n° 113, Néologie et noms propres. P. 45-59.