

Омарова Раисат Руслановна

Студентка

Рагимханова Т.И ст.преподаватель

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»

Россия, Махачкала

## «ОНОМАСТИЧЕСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ»

**Аннотация.** Статья посвящена изучению ономастики – раздела языкознания, исследующего имена собственные, их происхождение, значение и функционирование в языке. Ономастика рассматривается как важная историческая дисциплина, помогающая понять миграцию народов, статус языков и культурные связи между этническими группами. Особое внимание уделяется ономастическим неологизмам, которые активно используются в телевизионном дискурсе, особенно в юмористических и развлекательных передачах. На примерах из популярных шоу, таких как «*Whose Line Is It Anyway?*» и «*Wild 'n Out*», показано, как имена собственные становятся основой для создания новых слов, отражающих характер и поведение участников. В статье также анализируются ономастические неологизмы в русских телепередачах, таких как «Импровизация» и «Comedy Club», подчеркивая их роль в создании уникальных образов и юмористического контекста.

**Ключевые слова:** ономастика, имена собственные, неологизмы, телевизионный дискурс, юмор, языкознание.

Omarova Raisat Ruslanovna.

Student

Ragimhanova T.I. senior lecturer

Dagestan State University,

Makhachkala, Russia

### “ONOMASTIC NEOLOGISMS IN TELEVISION DISCOURSE”

**Abstract.** *The article explores onomastics, a branch of linguistics that studies proper names, their origins, meanings, and functions in language. Onomastics is presented as a significant historical discipline that helps understand migration patterns, language heritage, and cultural connections between ethnic groups. Special attention is given to onomastic neologisms, which are widely used in television discourse, particularly in humorous and entertainment shows.*

*Examples from popular programs like “Whose Line Is It Anyway?” and “Wild 'n Out” illustrate how proper names become the basis for creating new words that reflect the character and behavior of participants. The article also analyzes onomastic neologisms in Russian TV shows, such as “Improvisation” and “Comedy Club”, highlighting their role in creating unique images and humorous contexts.*

**Key words:** onomastics, proper names, neologisms, television discourse, humor, linguistics.

Ономастика – это отрасль языкознания, изучающая не только географические названия, но и личные имена, названия предприятий и организаций, различные наименования предметов [Шалацкая 2016: 52].

Большое распространение среди лингвистов и языковедов получила гипотеза, что будучи отраслью языкознания ономастика является еще и мощной вспомогательной исторической дисциплиной. Это обусловлено тем, что в ходе своей работы, историки не редко обращаются за помощью к ономастике, чтобы найти сведения об обществе, поскольку история имен и фамилий неразрывно связана с историей народа.

Ономастика охватывает самые разнообразные сферы деятельности людей, начиная с социальной заканчивая духовной, включает в себя национально-культурные особенности отдельной страны, этноса. Это в значительной степени сближает онимы с категорией слов, называемых реалиями. Реалии с точки зрения переводоведения считаются языковыми единицами и включают в себя национальную, историческую и временную окраску. Сегодня ономастика – это научная дисциплина, имеющая свои методы, которые помогают изучать ее проблемы.

Изучение ономастики помогает разобраться в таких вопросах, как:

- Определение путей миграции бывших поселений и отдельных этнических групп;
- Определение статуса наследия отдельных языков;
- Выявление языковых и культурных предшествий между различными этническими группами.

В каждом языке есть слова, которые используются для обозначения имен собственных или нарицательных эта категория слов именуется онимами.

Оним происходит от древнегреческого слова «ὄνυμα», что означает «имя, название», и представляет собой лингвистическую единицу, используемую для конкретизации объекта среди других, его атомизации и отождествлению. Лексема «оним» не редко присутствует в составе сложных терминов в области онимии, таких как теоним, идеоним, хремоним, фитоним, анемоним, хромоним, космоним, и другие, которые охватывают

различные типы имен, включая собственные. Помимо существительных, в состав онимов могут входить также прилагательные и числительные. Соответственно, оним является центральным понятием, изучаемым в рамках ономастики. Следует отметить, что онимические единицы являются частью онимической системы.

Н.В. Подольская определяет онимическую систему, как внутренне структурированное объединение онимических моделей, морфем и формантов. [Подольская 2012: 47].

Согласно А.В. Суперанской, система имен в любом языке представляет собой обширную макросистему, которая объединяет множество систем и подсистем, относящихся ко всем областям ономастики. Эти системы и подсистемы проявляются в речи различных социальных (территориальных, профессиональных) групп, использующих данный язык [Суперанская 2014: 13].

Ономастические неологизмы – это новые слова, образованные от имен собственных, и они очень часто встречаются в телевизионном дискурсе английского языка. Телевидение, особенно реалити-шоу, использует имена собственные для создания ярких образов, что приводит к появлению ономастических неологизмов, которые становятся частью разговорного языка.

Существует огромное количество передач, в которых используются ономастические неологизмы в самом разном направлении. Как известно, в теледискурсе входят передачи разных видов и типов, начиная от юмористических и заканчивая кулинарными. Рассмотрим несколько передач и выделим в них ономастические неологизмы.

*"Whose Line Is It Anyway?"* – яркий пример использования ономастических неологизмов в юмористическом контексте. В этой импровизационной передаче имена собственные часто используются для создания новых слов и фраз, что делает юмор еще более

непредсказуемым и забавным. Вот некоторые ономастические неологизмы, которые фигурируют в данной передаче:

1. *"To Colin"*: Глагол, означающий «делать что-то неловкое или странное», отсылая к часто неуклюжим и неловким действиям Колина Моури в передаче.

2. *"To Ryan"*: Глагол, означающий «быть слишком серьезным или не понимать юмор», отсылая к иногда неуместным серьезным реакциям Райана Стильза на шутки других участников.

3. *"To Drew"*: Глагол, означающий «быть креативным и импровизировать с удовольствием», отражая творческий подход Дрю Кэри к импровизационным играм.

4. *"To Wayne"*: Глагол, означающий «быть бесцеремонным и шутить над всем и всеми», отсылая к часто непристойным и бесцеремонным шуткам Уэйна Брэди.

5. *"To Clive"*: Глагол, означающий «быть слишком заикленным на себе или не улавливать юмор», отражая иногда неловкие реакции Клайва Андерсона на шутки других.

Из данных примеров можно сделать вывод, что эти новые слова и фразы являются не столько забавными, сколько выражают характер и манеру поведения конкретных участников передачи.

*"Wild 'n Out"* - это шоу, где ономастические неологизмы используются как мощный инструмент для создания юмора, подчеркивая свободный стиль и импровизационный характер передачи. Вот некоторые примеры:

1. *"To Nick"*: Глагол, означающий «быть шутливым и ироничным», отсылая к стилю ведущего Ника Канона и его часто непредсказуемым комментариям.

2. *"To D.L."*: Глагол, означающий «быть слишком самоуверенным или высокомерным», отсылая к часто вызывающему поведению Д.Л. Хьюли на сцене.

3. "*To Conceited*": Глагол, означающий «хвастаться своим стилем и талантом», отражая имидж *Conceited* как харизматичного и самоуверенного рэпера.

4. "*To Chico*": Глагол, означающий «быть бесцеремонным и шутить над всем и всеми», отсылая к часто непристойным и бесцеремонным шуткам Чико Бенальдо.

5. "*To Justina*": Глагол, означающий «быть откровенным и не бояться высказывать свое мнение», отражая имидж *Justina* как смелой и откровенной женщины.

"*Wild 'n Out*" использует ономастические неологизмы для создания забавной и непредсказуемой атмосферы импровизации. Эти новые слова и фразы помогают выделить индивидуальность участников и придать передаче еще более живой и динамичный характер. Ономастика обладает собственной областью изучения. Важно понимать, что раскрыть эту область не так легко, как кажется на первый взгляд. Ономастика – это раздел языкознания, который изучает имена собственные, их происхождение, значение, эволюцию и функционирование в языке и речи. Существует большое количество мнений и высказываний известных ученых, которые подчеркивают ее значение и многогранность. Например, лингвист Фердинанд де Соссюр, отмечает следующее: «Имя собственное не имеет собственного значения, но оно становится значимым в контексте» [Де Соссюр 2014: 15].

Из данного высказывания можно сделать вывод, что онимы неразрывно связаны с контекстом. Чтобы доказать эту теорию представим следующие пример, имя «Александр» само по себе не несет конкретного значения, но, употребленное в предложении «Александр Невский был выдающимся полководцем», оно приобретает исторический и культурный смысл.

Безусловно, ономастика играет огромную роль в жизни любого языка, поскольку значение и понимание имен собственных помогает вникнуть в историю, узнать и понять, как и чем, руководствовались предки в прошлом и больше узнать о значении новых, уже вошедших в повседневный обиход слов.

Ономастические неологизмы очень часто встречаются в развлекательных передачах, кулинарных шоу, ток-шоу, реалити-шоу и *travel*-проектах. Оригинальность, запоминаемость, привлечение обширной аудитории вот к чему стремятся эти передачи и для чего начинают свой путь. Благодаря этому в них присутствует большое количество ономастических неологизмов. Несмотря на огромный поток новых слов, мы пришли к упорядоченному списку ономастических реалий-неологизмов в телевизионном дискурсе русского языка:

К примеру развлекательные передачи: «*Comedy Club*», «*Наша Russia*», «*Comedy Woman*» - данные передачи используют английский язык в своих названиях для создания образа современности.

«Студия СОЮЗ», «Неигры», «Громкий вопрос», «Тейбл тайм» - названия отражают суть игры, юмористическую и интеллектуальную направленность. Реалити-шоу направлены на привлечение новой аудитории при помощи использования метафор, гипербол для создания драматического эффекта. Кулинарные-шоу используют метафоры для создания атмосферы напряженности и конкурентности. *Travel*-проекты конкретизируют формат путешествий.

Более подробно мы рассмотрим ономастические неологизмы в таких телепередачах, как «Импровизация» и «*Comedy club*». Данные передачи обогащены ономастическими неологизмами и носят юмористический характер. В «Импровизации» ономастические неологизмы играют важную роль, создавая запоминающийся образ шоу и его отдельных элементов. Название самой передачи «Импровизация» уже является ономастическим

неологизмом, образованным от слова «импровизировать». Это подчеркивает главную особенность шоу – спонтанность и непредсказуемость.

В передаче существуют разные виды игр и их названия тоже являются ономастическими неологизмами: «Шокеры», «Станный ресторан», «Громкий разговор», «Вечеринка», «Суфлер», «Каскадеры», «Без чувств», «Сцены из шляпы», «Меняй», «Следователь», «Талант-шоу». Неологизмы делают игры более запоминающимися, отражают их суть и создают образ комичности и абсурда. Очень часто в играх актеры используют вымышленные имена для своих персонажей, что добавляет юмора и делает импровизацию более непредсказуемой, например:

1. «Буденый Борька Бритенбикерович» – используется актером для создания образа нищего человека.

2. «Зиновий Зинаидович» – используется для создания образа владельца кофеен.

3.«Абздырь Арсений Антолиевич» – используется для описания загорелого бездельника.

4. «Петренко Петр Петрович» – для создания образа русского человека.

5.«Олаф Брюсов» – используется для создания образа солидного человека.

6.«Павел-парадокс» – используется для описания комика Павла Воли, который в своих импровизациях любит строить логические ловушки и парадоксы.

7.«Антон-Аннигилятор» – используется для описания актера Антона Шастуна, который в своих импровизациях любит уничтожать логические цепочки и вводить в заблуждение.

8.«Арсений-Апокалипсис» – используется для описания актера Арсения Попова, который устраивает в своих импровизациях хаос и непредсказуемые ситуации.

Ономастические неологизмы задействованы в выполнении важных функций в языке, таких как: индивидуализация, самовыражение, идентификация и т.д. Иными словами они подчеркивают уникальность, создают запоминающийся образ и помогают отличить одно понятие от другого.

Анализируя ономастические неологизмы в русском языке, мы пришли к выводу, что большинство из них связано с русской литературой, историей и природой, неологизмы в русском языке чаще строятся на именах собственных, и в нем реже употребляются заимствования, чем в английском языке.

#### Список использованной литературы

1. **Бархударов, Л. С.** Язык и перевод: монография / Л. С. Бархударов. – Москва : Международные отношения, 2000. – 240 с.
2. **Бондалетов, В. Д.** Русская ономастика: вопросы теории ономастики, методы ономастических исследований, русская антропонимика и топонимика, общая и русская космонимика, ономастика в школе: монография / В. Д. Бондалетов. – Москва : URSS, 2012. – 223 с.
3. **Вайсбурд, М. Л.** Реалии как элемент страноведения / М. Л. Вайсбурд. – Мурманск : Языки русской культуры, 2021. – 896 с.
4. **Володина, М. Н.** Язык средств массовой информации : монография / М. Н. Володина. – Москва : Альма Матер, 2020. – 760 с.
5. **Витгенштейн, Л.** Философские работы : монография / Л. Витгенштейн. – Москва : Гнозис, 1994. – 296 с.
6. **Де Соссюр, Ф.** Курс общей лингвистики / Ф. Де Соссюр // Вопросы теории и практики. – 2017. – № 11. – С. 192 195.

7. Дзялошинский, И. М. Медиалингвистика в контексте трансформирующихся медиа / И. М. Дзялошинский // Вопросы и теории практики. – 2014. – № 6. – С. 65–80.