

# СЎЗ САНЪАТИ ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИ

8 ЖИЛД, 3 СОН

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА

ТОМ 8, НОМЕР 3

INTERNATIONAL JOURNAL OF WORD ART

VOLUME 8, ISSUE 3



# СЎЗ САНЪАТИ ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА | INTERNATIONAL JOURNAL OF WORD ART

№3 (2025) DOI <http://dx.doi.org/10.26739/2181-9297-2025-3>

**Бош муҳаррир:**  
**Тўхтасинов Илҳом**  
п.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Бош муҳаррир ўринбосари:**

**Главный редактор:**  
**Тухтасинов Илхом**  
д.п.н., профессор (Узбекистан)

**Заместитель главного редактора:**

**Editor in Chief:**  
**Tuhtasinov Ilhom**  
DSc. Professor (Uzbekistan)

**Deputy Chief Editor**

## ТАҲРИРИЙ МАСЛАҲАТ КЕНГАШИ

**Назаров Бахтиёр**  
академик. (Ўзбекистон)

**Якуб Умарўғли**  
ф.ф.д., профессор (Туркия)

**Алмаз Улви Биннатова**  
ф.ф.д., профессор (Озарбайжон)

**Бокиева Гуландом**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Миннуллин Ким**  
ф.ф.д., профессор (Татаристон)

**Махмудов Низомиддин**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Керимов Исмаил**  
ф.ф.д., профессор (Россия)

**Жўраев Маматкул**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Куренов Рахиммамед**  
к.ф.н. (Туркменистон)

**Кристофер Жеймс Форт**  
Мичиган университети (АҚШ)

**Умархўжаев Мухтор**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Мирзаев Ибодулло**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Болтабоев Ҳамидулла**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Дўстмухаммедов Хуршид**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Лиходзиевский А.С.**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Сиддиқова Ирода**  
ф.ф.д., профессор (Ўзбекистон)

**Шиукашвили Тамар**  
ф.ф.д. (Грузия)

**Туробов Бекпулат**  
масбул котиб, PhD, доцент  
(Ўзбекистон)

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

**Назаров Бахтиёр**  
академик. (Узбекистан)

**Якуб Умар оглы**  
д.ф.н., профессор (Туркия)

**Алмаз Улви Биннатова**  
д.ф.н., профессор (Азербайджан)

**Бакиева Гуландом**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Миннуллин Ким**  
д.ф.н., профессор (Татарстан)

**Махмудов Низомиддин**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Керимов Исмаил**  
д.ф.н., профессор (Россия)

**Джураев Маматкул**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Куренов Рахыммамед**  
к.ф.н. (Туркменистан)

**Кристофер Джеймс Форт**  
Университет Мичигана (США)

**Умархаджаев Мухтар**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Мирзаев Ибодулло**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Балтабоев Ҳамидулла**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Дустмухаммедов Хуршид**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Лиходзиевский А.С.**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Сиддиқова Ирода**  
д.ф.н., профессор (Узбекистан)

**Шиукашвили Тамар**  
д.ф.н. (Грузия)

**Туробов Бекпулат**  
отв. секретарь, PhD, доцент  
(Узбекистан)

## EDITORIAL BOARD

**Bakhtiyor Nazarov**  
academician. (Uzbekistan)

**Yakub Umarogli**  
Doc. of philol. scien., prof. (Turkey)

**Almaz Ulvi Binnatova**  
Doc. of philol. scien., prof. (Azerbaijan)

**Bakieva Gulandom**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Minnulin Kim**  
Doc. of philol. scien., prof. (Tatarstan)

**Mahmudov Nizomiddin**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Kerimov Ismail**  
Doc. of philol. scien., prof. (Russia)

**Juraev Mamatkul**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Kurenov Rakhimmamed**  
Ph.D. Ass. Prof. (Turkmenistan)

**Christopher James Fort**  
University of Michigan (USA)

**Umarkhodjaev Mukhtar**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Mirzaev Ibodulla**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Boltaboev Hamidulla**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Dustmuhammedov Khurshid**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Lixodzievsky A.S.**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Siddiqova Iroda**  
Doc. of philol. scien., prof. (Uzbekistan)

**Shiukashvili Tamar**  
Doc. of philol. scien. (Georgia)

**Turobov Bekpulat**  
PhD Ass. prof. Senior Secretary  
(Uzbekistan)

PageMaker | Верстка | Саҳифаловчи: Хуршид Мирзахмедов

Контакт редакций журналов. [www.tadqiqot.uz](http://www.tadqiqot.uz)  
ООО Tadqiqot город Ташкент,  
улица Амира Темура пр.1, дом-2.  
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; E-mail: [info@tadqiqot.uz](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of [www.tadqiqot.uz](http://www.tadqiqot.uz)  
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,  
Amir Temur Street pr.1, House 2.  
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; E-mail: [info@tadqiqot.uz](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Phone: (+998-94) 404-0000

<b>1. Nurmatova Zarifa Abdiraup qizi</b> IKKI TILDA MULOQOT QILADIGAN BOLALARNING NUTQIGA XOS XUSUSIYATLAR.....	5
<b>2. O‘tamuradova Malohat</b> ALISHER NAVOIY MEROSI NURBOY JABBOROV TADQIQOTLARIDA.....	9
<b>3. Петросьянц Эрнст Ашотович</b> ОККАЗИОНАЛИЗМЫ, МОТИВИРОВАННЫЕ ИМЕНАМИ СОБСТВЕННЫМИ ПОЛИТИКОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ.....	13
<b>4. Jo‘raqulova Mushtariy Abdumalik qizi</b> O‘ZBEK VA INGLIZ TILLARIDA SPORT TERMINLARINING YASALISH PARALLELIGI TADQIQI.....	23
<b>5. Gulamova Malika Yakubovna</b> O‘ZBEK VA ITALYAN TILLARIDA NUTQIY STRATEGIYALAR VA UNDAH USULLARI.....	27
<b>6. Achilova Ozoda Farxodovna</b> YAPON TILIDAGI MAQOLLARNI O‘ZBEK TILIDA MUQOBILLASHTIRISHDA TAYANILADIGAN OMILLAR.....	32
<b>7. Nematillayevna Zubaydova</b> PROBLEMS RELATED TO THE COMPARATIVE ANALYSIS OF LANGUAGES IN THE DEVELOPMENT OF LINGUISTICS.....	36
<b>8. Насруллаева Тозагуль Сухробовна</b> ПРАГМАТИЧЕСКИЕ И ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА В РОМАНЕ ТЕОДОРА ДРАЙЗЕРА «ФИНАНСИСТ».....	39
<b>9. Mo‘minova Ma’suma G‘olib qizi</b> SUV LEKSEMASI TAHLILIGA OID QIYOSIY-TARIXIY, SISTEM-STRUKTUR YO‘NALISHDAGI TADQIQOTLAR.....	43
<b>10. Xamrayeva Zebiniso Xaydarovna</b> MURAKKAB SINTAKTIK TUZILMALARNING IYERARXIK VA FUNKSIONAL TIZIM DOIRASIDAGI DERIVATSION VA SEMANTIK TAHLILI.....	53
<b>11. Malika Solieva</b> PHONOLOGY AND CULTURE: LINGUISTIC ASPECTS OF INTERACTION.....	58
<b>12. Kodirova Shaxnoza Abduraxmonovna</b> “MIMIKA, JEST VA BOSH HARAKATLARI KABI NOVERBAL MULOQOTNING QIYOSIY, LINGVOMADANIY TAHLILI.” (YAPONIYA, O‘ZBEKISTON VA BOSHQA MAMLAKATLAR MISOLIDA)...	61
<b>13. Shamuradova Naima Muxtarovna</b> DISCOURSIIVE AND PRAGMATIC FEATURES OF PROVERBS EXPRESSING VERBAL POLITENESS IN ENGLISH AND UZBEK LANGUAGES.....	66
<b>14. Ziyadullayev Abubakir Ibodulla o‘g‘li</b> STENDAL IJODIDA ROMANTIZM VA REALIZMNING TA‘SIRI (“Qizil va qora” hamda “Parma monastiri” asarlari misolida).....	70
<b>15. Tashkulova Zarnigor</b> “SHARQ” KONSEPTINI S.MOEM ISHLARIDA REPREZENTATSIYASI XUSUSIYATLARI VA AHAMIYATI..	74
<b>16. Jo‘raqulova Mushtariy</b> O‘ZBEK TILI PARALLEL KORPUSINING LINGVISTIK TA‘MINOTI.....	79
<b>17. Davlatova Hulkaroy Uktamovna</b> TILSHUNOSLIKDA GENDER TUSHUNCHASINING TADQIQI: BOLALAR NUTQI MISOLIDA.....	84


<b>18. Зулфанова Нигина Нуритдиновна</b> СТРУКТУРА ФРЕЙМА «ТВОРЧЕСТВО» ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО РОМАНА «А.МЁРДОК «THE BLACK PRINCE».....	93
<b>19. Turakulova Sitora Fazlidinovna</b> JANUBIY KOREYALIK YOZUVCHI KON JIYONNING “BIZNING BAXTLI DAMLARIMIZ” ROMANIDAGI OBRAZLAR RUHIYATI TASVIRI.....	98
<b>20. Nurimbetova Dilnaz Yeshmuratovna</b> "MILLIY TAOM" REALIYALARI VA ULARNING TARIXIY KONTEKSTI.....	104
<b>21. Erkinova Ruxshona O‘tkirovna, Kurbonova Gulnoza Irkinovna</b> YAPON VA JAHON ILMIY-FANTASTIKA (SF) ADABIYOTI QIYOSIY TAHLILI.....	109
<b>22. Qayimova Maftuna Tursunovna</b> OILAVIY MUHITDA QIZLARING EMOTSIONAL INTELLEKTINI RIVOJLANTIRISH: IJTIMOIIY PEDAGOGIK YONDASHUV (O‘ZBEKISTONDA).....	114
<b>23. Хасанова Мавлюда Батыралиевна</b> ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДИСКУРСА СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	117
<b>24. Iskandarova Aybibi Raximbayevna</b> “QIYOMAT” ROMANIDAGI FRAZEMALARNING XOSLANISHIGA DOIR AYRIM MULOHAZALAR.....	125
<b>25. Barno Abdusattarovna Mirsharipova</b> PAK VANSO ASARLARINING RUS TILIGA TARJIMALARIGA DOIR.....	134
<b>26. Muslimova Shahnoza Sunnatovna</b> YOM SANSOP HIKOYALARIDA HAYOT VA O‘LIMNING YANGI IFODASI.....	139
<b>27. Anorqulov Sanjar Iskandarovich</b> TILSHUNOSLIKDA TOPONIMIK KONSEPT VA UNING ASOSIY XARAKTERISTIKALARI.....	144
<b>28. Karimboyeva Charos Ikrom qizi</b> SIROJIDDIN SAYYID VA BAXTIYOR GENJEMUROD SHE‘RIYATIDA TUSH OBRAZI.....	148
<b>29. Mirvaliyeva Dildora Anvarovna</b> DAVLAT TILIDAGI AXBOROT USLUBI MATNLARINING ELEKTRON TA‘MINOTI .HUJATCHILIKDA IMLO VA TINISH BELGILARI.....	153
<b>30. Abduraxmonova Nilufar Zaynobiddin qizi, Abdullayeva Nasima Murodullayevna</b> O‘ZBEK TILI ELEKTRON KORPUSI UCHUN DIALEKTAL SUBKORPUSINI YARATISH MASALALARI.....	157
<b>31. Mirsanov G‘aybullo Qulmurodovich</b> ASPEKTUAL SEMANTIKANING KOGNITIV MAZMUNI.....	166
<b>32. Shamaxmudova Aziza Furkatovna</b> MILLIY XARAKTER VA XUSHMUOMALILIK: ISPAN TIL SOHIBLARI TAFAKKURIDA HURMAT TAMOIYILLARI.....	170
<b>33. Said-Axmedova Shoxista Nuritdinovna</b> AGENTIV SINTAKSEMALARINING NAZARIY ASOSLARI.....	176



Петросянц Эрнст Ашотович  
Докторант (PhD)

Узбекский государственный университет мировых языков  
ORCID: 0009-0004-6448-3547

## ОККАЗИОНАЛИЗМЫ, МОТИВИРОВАННЫЕ ИМЕНАМИ СОБСТВЕННЫМИ ПОЛИТИКОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

 <https://doi.org/10.5281/zenodo.18733958>

### АННОТАЦИЯ

В статье анализируются антропонимически мотивированные окказионализмы, возникающие в англоязычном медиадискурсе на основе имён собственных политических лидеров. Окказионализмы определяются как «слова для случая» (nonce words), создаваемые для выразительности и оценки, часто через языковую игру с именами и фамилиями известных медийных фигур. Фокус на Дональде Трампе, где фамилия генерирует формы вроде «Trumpism» (суффиксация для обозначения идеологии) и «Anti-Trump» (префиксация для оппозиции), подчеркивая их роль в политической риторике, а также дериваты в сфере брендинга как Trump-branded goods, Trump-mobile. Эти формы иллюстрируют, как имя политика трансформируется в медийный символ, выступающий маркером идеологической идентичности, объектом сатирической игры и инструментом коммерциализации. Для Биньямина Нетаньяху прозвище «Bibi» (клиппинг с редупликацией) усиливает критику его политики в Газе, как в карикатурах, так и в статьях СМИ. Акроним DOGE трансформируется в «DOGEY» (аффиксация с омофонией к «doggie») для пародии на департамент под руководством Илона Маска. Статья иллюстрирует механизмы словообразования (суффиксация, префиксация, блендинг, клиппинг, акронимизация) и их функции: сатирическую, идеологическую и прагматическую. Обсуждается влияние СМИ на эволюцию языка, с примерами сегодняшних дней, подчеркивая, как такие окказионализмы формируют общественное восприятие политиков.

**Ключевые слова:** англоязычный медиадискурс, антропонимическая игра слов, медийные фигуры, медийный символ, окказионализмы, словообразовательные формы языка

Petrosyants Ernst Ashotovich  
PhD student

Uzbekistan State of World Languages University

## NONCE WORDS MOTIVATED BY POLITICIANS' PROPER NAMES IN THE ENGLISH LANGUAGE MEDIA DISCOURSE

### ABSTRACT

This article analyzes anthroponymically-motivated nonce words that emerge in English-language media discourse with politicians' proper names. Nonce words are defined as “words for the occasion,” created for expressivity and evaluation, often through language play with the names and

surnames of prominent public figures. Particular attention is given to the case of Donald Trump, whose surname has generated forms such as Trumpism (via suffixation, denoting an ideology) and Anti-Trump (via prefixation, signaling opposition), as well as branding derivatives including Trump-branded goods and Trump-mobile. These examples illustrate how a politician's name may evolve into a media symbol, functioning simultaneously as a marker of ideological identity, a vehicle of satire, and a tool of commodification. The nickname Bibi for Benjamin Netanyahu (formed through clipping with reduplication) likewise demonstrates the role of anthroponymic wordplay in amplifying media criticism, particularly in the context of reporting on Gaza. A further example is the transformation of the acronym DOGE into DOGEY (through affixation and homophony with doggie), which parodies an institutional framework associated with Elon Musk. Overall, the article highlights a range of word-formation processes (suffixation, prefixation, blending, clipping, acronymization) and their ideological, satirical, and pragmatic functions. It concludes by emphasizing the impact of media discourse on contemporary language evolution and the ways in which such nonce words contribute to shaping public perceptions of political figures.

**Key words:** English language media discourse, anthroponymic wordplay, prominent public figures, media symbol, nonce words, word-formation patterns of the language

**Petrosyans Ernst Ashotovich**

Tayanch doktorant

O'zbekiston Davlat Jahon Tillar Universiteti

## INGLIZ TILIDAGI MEDIA DISKURSIDA SIYOSATCHILARNING ISMLARIDAN MOTIVATSIYALANGAN OKAZIONALIZMLAR

### ANNOTATSIYA

Maqolada siyosiy liderlarning shaxsiy ism-familiyalariga asoslangan antroponimik motivatsiyalangan okkazionalizmlar (nonce words) ingliz tilidagi media diskursida qanday yuzaga kelishi tahlil qilinadi. Okkazionalizmlar «vaziyat uchun soʻzlar» (nonce words) sifatida taʼriflanib, ifodaviylik va baholash funksiyalarini amalga oshirish maqsadida, koʻpincha mashhur media shaxslarning ismlari va familiyalarini bilan til oʻyini vositasida yaratiladi. Tadqiqotda Donald Trampga eʼtiborimizni qaratamiz: uning familiyasidan hosil boʻlgan Trumpism (ideologiyani belgilash uchun sufiksatsiya) va Anti-Trump (qarshilikni ifodalovchi prefiksatsiya) kabi shakllar siyosiy ritorikadagi rolini koʻrsatadi, shuningdek Trump-branded goods va Trump-mobile kabi brendlashtirish derivativlari ham tahlil qilinadi. Ushbu shakllar siyosatchining ismi qanday qilib media ramziga aylanishini, ideologik identifikatsiyaning belgilovchisi, satirik oʻyin obyekti va kommersionalash vositasiga aylanishini namoyish etadi. Binyamin Netanyaxuning «Bibi» laqabi (klipping va reduplikatsiya) Gʻoʻza boʻyicha uning siyosatini tanqid qilishni kuchaytiruvchi vositaga aylanib, karikatura va ommaviy maqolalarda keng qoʻllanilmoqda. DOGE akronimi esa «DOGEY» shakliga (qoʻshimcha qoʻyish va “doggie” bilan oʻxshashlikni bildiradi) aylantirilib, Ilon Mask boshchiligidagi departamentni parodiya qilish vositasiga aylanadi. Maqola soʻz yasash mexanizmlari — sufiksatsiya, prefiksatsiya, blending, clipping (qisqartirish), akronimizatsiya — va ularning funksiyalarini (satirik, ideologik, pragmatik) misollar bilan koʻrsatadi. Shuningdek, ommaviy axborot vositalarining til evolyutsiyasiga taʼsiri muhokama qilinib, bunday okkazionalizmlarning siyosatchilar haqidagi jamoatchilik idrokini qanday shakllantirishiga eʼtibor qaratiladi.

**Kalit soʻzlar:** ingliz tili media diskursi, antroponimik soʻz oʻyini, media shaxslar, media ramiz, okkazionalizmlar, tilning soʻz yasash shakllari

### Введение

Окказионализмы – это авторские индивидуально-стилистические неологизмы, создаваемые для придания образности художественному тексту, «прикреплённые» к конкретному контексту и имеющие своего автора (Behera & Mishra, 2013). По сути, окказионализм – это «слово для того случая», аналог английского «nonce word», которое Cambridge Dictionary определяет, как «слово, придуманное для конкретной ситуации» (слово

«понсе» буквально означает «для того случая») (Cambridge Online Dictionary). Окказионализмы почти не выходят за пределы своего контекста и обычно не входят в обиходный словарь. Такой подход к словотворчеству широко используется в СМИ как средство языковой игры: известные политические, а также медийные фамилии и имена нередко становятся материалом для графической или словообразовательной игры (Казак, 2012:53).

В контексте современных СМИ одним из распространённых приёмов является игра с именами собственными. Как отмечают С.В. Ильясова и Л.П. Амири, «игра с именами собственными – одна из наиболее частотных разновидностей языковой (графической) игры в языке СМИ. Это имена известных политических и медийных деятелей, чьи действия вызывают ту или иную оценку, одним из способов выражения которой в языке СМИ является языковая игра» (Ильясова и Амири, 2013: 70). Другими словами, журналисты и публицисты нацелены на известных персон и подвергают их имена языковой «обработке». Более того, сами авторы подчеркивают, что в современном медиатексте «ядро антропонимикона языка СМИ составляют имена первых лиц государства, а также медийных знаменитостей». Иными словами, фамилии и имена лидеров государств и медийных персон служат важным «сырьём» для создания новых выразительных слов — иногда с оттенком оценки или игры слов.

Указанная языковая игра с собственными именами тяготеет к форматам неологизмов и окказионализмов. Новые названия могут образовываться по привычным моделям (аффиксация, клиппинг, блендинг, сложение) с сохранением узнаваемого фамильного корня (Земская, 1996; Иванова, 2016; Касперова и Смирнова, 2022). Таким образом формируются своеобразные антропонимические окказионализмы: они несут оценочную или ироническую функцию и при этом легко распознаются читателем благодаря известности исходного имени (Шмелева, 2020).

### **Основная часть**

Наиболее показательным примером является фамилия американского президента Дональда Трампа, которая в англоязычных СМИ дала начало ряду таких конструкций. Так, термин «Trumpism» вошёл в политическую риторику США. Словарь Cambridge определяет «Trumpism» как «нетрадиционную политическую философию и подход, исповедуемые президентом США Дональдом Трампом и его сторонниками». То есть суффикс «-ism» на фамилии Трамп закрепил новую идеологическую категорию, связавшуюся с конкретным политическим курсом. Такой неологизм, по сути, является окказионализмом: он возник в СМИ и политических дебатах именно на «данный случай», служа выразительным средством описания феномена Трампа. Примером для данного окказионализма является заголовок статьи французской онлайн-издания Le Monde: «Trumpism: A political phenomenon that defies all definition» (Le Monde 8.08.2025).

Подчеркнем, образован данный термин по принципу суффиксации: имя собственное «Trump» (Трамп) + суффикс «-ism» (-изм).

Параллельно в медийной речи получает конструкция с противопоставлением: префикс «Anti-» с фамилией Трамп. Так, в заголовках англоязычных изданий можно встретить сочетание «Anti-Trump». Например, The Independent пишет: «Anti-Trump MeidasTouch dethrones mighty Joe Rogan as top podcast in US» (The Independent 1.06.2025). Здесь приставка «anti-» (анти-) присоединяется к фамилии «Trump» (Трамп), формируя единицу «Anti-Trump» и явно обозначая оппозиционную позицию по отношению к президенту. Получившийся языковая форма «Anti-Trump» сам по себе не зафиксирован в словарях – это именно авторский неологизм или как принято говорить окказионализм, продвигаемые СМИ, подчеркивающий оценку герба (Трампа) в заголовочном формате. Данный окказионализм, как видим, образован по типу префиксации, где приставка добавляется к основе, в нашем случае к имени собственному «Trump» (Трамп).

Оба примера – «Trumpism» и «Anti-Trump» – иллюстрируют лингвистический приём, когда к фамилии политика добавляются распространённые словообразовательные элементы (-ism, anti- и др.) для создания контекстно-ориентированного термина. Такие слова изначально

носят ситуативный характер (nonce words), но могут быстро закрепляться в дискурсе благодаря известности персоны. В случае с Трампом они отражают обширную медийную игру со смыслом: «Trumpism» обозначает новый идеологический тренд, а «Anti-Trump» сигнализирует о критическом отношении. При этом оба неологизма опираются на тот факт, что фамилия «Trump» легко воспринимается как основа для словообразования, оставаясь узнаваемой. Это соответствует наблюдению Ильясовой и Амири о том, что фамилии политиков «вызывают ту или иную оценку, одним из способов выражения которой [...] является игра слов» (Ильясова и Амири, 2013: 70).

В контексте Дональда Трампа окказионализмы нередко акцентируют его склонность к брендингу (trump-branded products), коммерциализации и самопродвижению, превращая имя в маркер «грифта» (обмана для прибыли). Ниже проанализируем примеры из карикатур «POLITICO» и статьи «BBC», где фамилия Трампа мотивирует создание окказиональных форм.

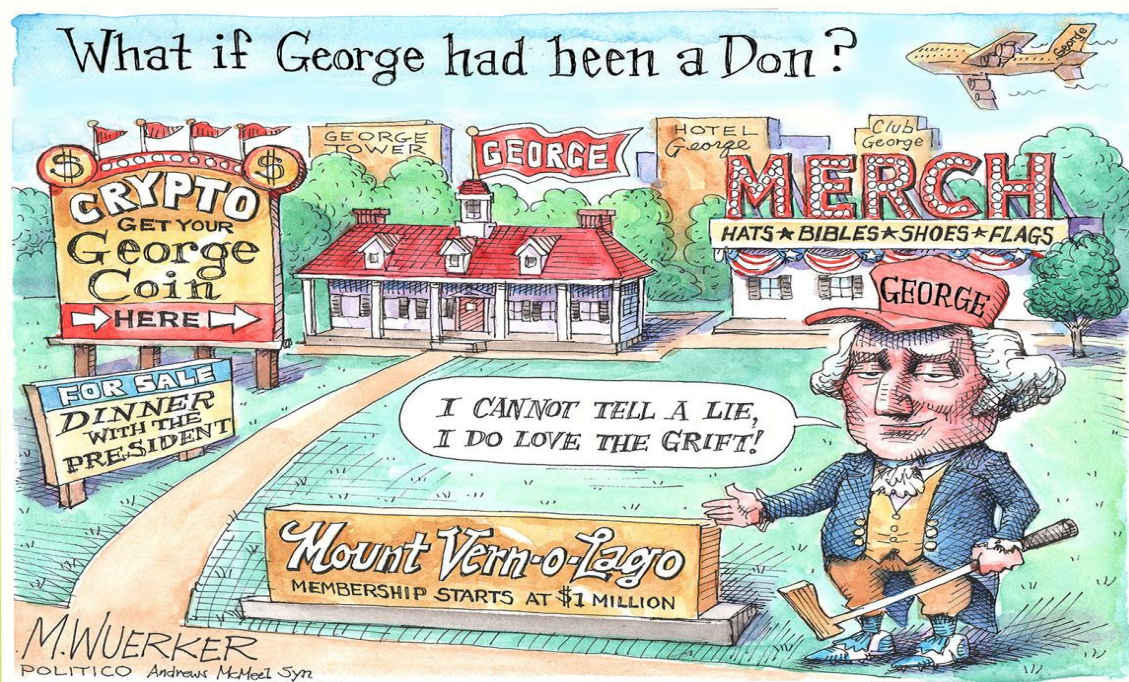


Рисунок 1. Карикатура «What if George had been a Don?» с онлайн платформы Politico

Рисунок 1, опубликованная в галерее POLITICO (художник M. Wuerker), представляет собой сатирическую альтернативную историю: «Что, если бы Джордж [Вашингтон] был Доном [Трампом]?» Здесь окказионализмы строятся на графической и семантической игре с именем «George», которое подразумевает Трампа через ассоциации с его брендами. Фигура Джорджа Вашингтона изображена с топором (отсылка к легенде о вишневом дереве и фразе «I cannot tell a lie»), но он говорит: «I cannot tell a lie, I do love the grift!» (Я не могу лгать, я люблю грифт!) (Politico 16.05.2025). Это пародирует честность Вашингтона, противопоставляя ее предполагаемому «грифту» Трампа — обману для личной выгоды.

Серия компаундов (George + существительное), имитирующих реальные бренды Трампа (Trump-Tower, Trump-Hotel, Trump-Club, Trump-Merch). Образование: сложение основ при помощи дефиса с использованием фамилии как модификатора. Функция — критика: фамилия Трампа «брендирует» все вокруг, превращая историческое наследие (Джорджа Вашингтона, но имеется ввиду Дональд Трамп) в коммерческую империю. Это окказионализмы для сатиры на нарциссизм и монетизацию славы.

«George-Coin» (Джорджкоин) (на вывеске «Crypto Get Your George-Coin Here»): Это компаунд, мотивированный именем «George», но аллюзия на «Trump-Coin» (Трампокоин) — криптовалюту или же мерчандайз Трампа. Образование: сложение основ «George» + «Coin» (монета). Функция — сатирическая: подчеркивает коммерциализацию имени Трампа в цифровых активах, где бренд становится источником прибыли. В реальности Трамп продвигает NFT и крипто-продукты под своим именем, что делает этот окказионализм мотивированным его бизнес-моделью. Эти окказионализмы мотивированы именем Трампа как символом брендинга: они создают параллель между отцом-основателем США и современным политиком-бизнесменом, подчеркивая контраст между идеалами независимости и «грифтом».

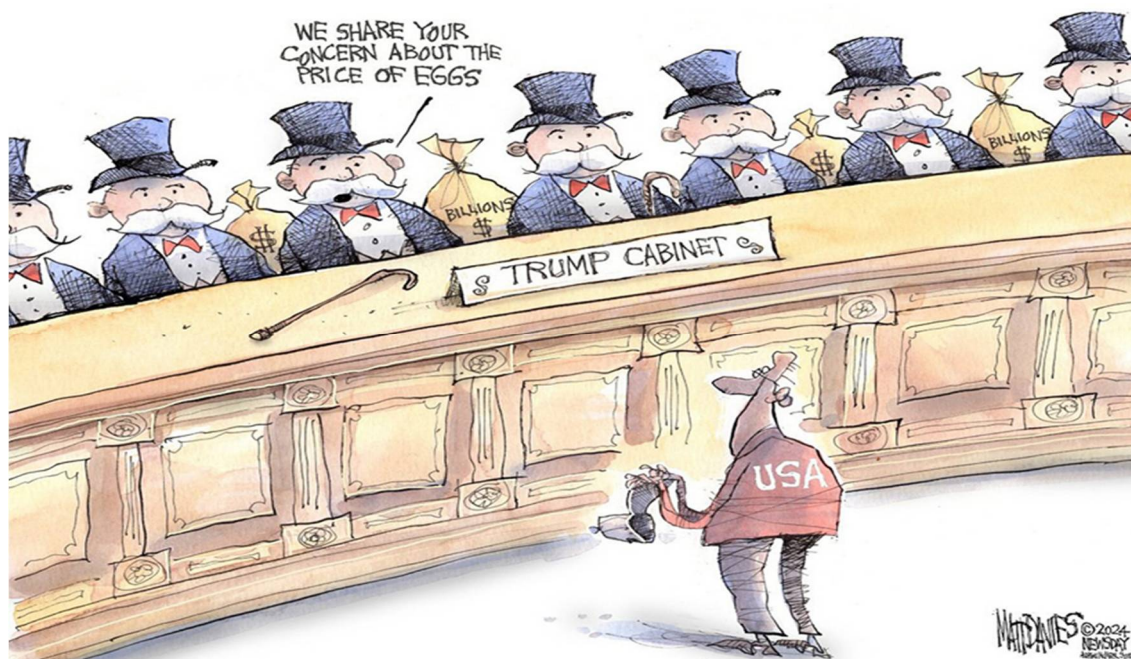


Рисунок 2. Карикатура с онлайн платформы Politico

Рисунок 2 (художник Nate Beeler, опубликована в галерее POLITICO) изображает «Trump-Cabinet» (Трампокабинет) как бар с миллиардерами в цилиндрах, держащими мешки с деньгами (Billions \$). Они говорят: «We share your concern about the price of eggs» (Мы разделяем вашу озабоченность ценой на яйца) фигуре осла с надписью «USA», символизирующего демократию или средний класс (Politico 16.05.2025). Это сатира на предполагаемый кабинет Трампа, заполненный богатыми элитами, игнорирующими реальные проблемы народа.

Ключевой окказионализм в Рисунке 2 — «Trump-Cabinet» (Трампокабинет): сложение основ или же компаунд (Trump + Cabinet — кабинет министров). Образование: имя собственное как модификатор, превращающее официальный термин в брендированный. Функция — критическая: подразумевает, что кабинет Трампа — это «бренд» для миллиардеров, а не орган власти. Это отсылка к обвинениям в кумовстве и влиянии богатых доноров, где фамилия Дональда Трампа мотивирует создание окказионализма для подчеркивания его влияния.

В статье BBC от августа 2025 г. («Trump mobile: Experts question claim gold phone can be made in US») упоминается финансовое раскрытие Трампа: он заработал более \$600 млн в прошлом году, включая миллионы от «Trump-branded bibles, watches, trainers and fragrances» (Трампабрендированные библии, часы, кроссовки и парфюмы) (BBC 17.06.2025). Здесь окказионализмы строятся на модели «Trump-branded + существительное», где «branded» (брендированный) указывает на процесс генерализации имени как торговой марки.

«Trump-branded» (Трамбрендированный): кампаундинг или же сложение основ при помощи суффикса т.е. сложение основ с аффиксальным образование (Trump + branded), где имя собственное становится префиксом для обозначения продуктов под брендом Трампа. Функция — описательная и критическая: подчеркивает коммерциализацию имени, превращая его в источник дохода. Это мотивировано реальными бизнес-практиками Трампа, где его имя и фамилия монетизируются.

Упомянуто в заголовке и тексте «Trump- mobile» и «Т-Mobile» (Трампофон на русском) как золотой телефон под брендом Трампа, якобы сделанный в США (но эксперты сомневаются). Образование: компаунд и бленд (Trump + mobile, игра с Т-Mobile). Функция — сатирическая: пародирует претензии Трампа на «американское производство», подразумевая, что имя — это маркетинговый трюк. Это окказионализм, мотивированный именем для критики глобализации и фальшивого патриотизма.

В русскоязычных СМИ появляется аналогичный неологизм — «Трампофон», который, хотя и следует той же логике брендинга, адаптирован к фонетическим и морфологическим особенностям русского языка. Термин «Трампофон» появляется в статье «ichip.ru» под заголовком «Видели Трампофон? Президент США представил собственный смартфон» (Chip 17.06.2025). Здесь он используется как окказионализм для обозначения смартфона T1 Phone 8002, выпущенного компанией Trump Mobile, основанной семьей Дональда Трампа.

В русском языке «Трампофон» — это сложение основ с соединительной гласной –о, «Трамп» (транслитерация Trump) + «-о» (соединительная гласная для звучания) + «фон» (от англ. «phone» — телефон). Это адаптация к русской морфологии, где суффикс «-фон» ассоциируется с устройствами связи (телефон, смартфон). Функция — выразительная: слово звучит как бренд, подчеркивая коммерциализацию имени Трампа. На английском языке только сложение основ с дефисом и без соединительных гласных –о или –е как в русском языке.

В русском контексте «Трампофон» звучит иронично, подчеркивая абсурдность брендинга Трампа (от библий и часов до телефона). Это перекликается с англоязычными окказионализмами вроде «Trump-branded bibles, watches, trainers and fragrances» (BBC), где имя Трампа мотивирует серийные неологизмы для критики коммерциализации.

Такие неологизмы демонстрируют, как имя Трампа становится глобальным мотиватором для языковой инновации, усиливая сатиру в медиа. В 2025 г., на фоне политических событий, подобные окказионализмы могут эволюционировать в устойчивые термины, отражая культурные стереотипы о Трампе как «бизнес-политике».

Лексические единицы возникают в конкретных контекстах, подчеркивая личные черты, политический стиль или общественное восприятие фигуры. Прозвище «Bibi» (Биби) для премьер-министра Израиля Биньямина Нетаньяху — это устойчивая форма, образованная от его имени, но в медийном дискурсе оно функционирует как окказиональный маркер, усиливая эмоциональную и идеологическую нагрузку. Это прозвище мотивировано именем собственным, однако это слово не аналогично, тому как образованы окказионализмы на базе «Trump» (например, Trump-branded), и часто используется для подчеркивания личных связей премьер-министра Израиля Биньямина Нетаньяху.

Карикатура, опубликованная в Politico (художник Del Pett), представляет собой острую сатиру на действия Нетаньяху в Газе. На изображении Нетаньяху, обозначенный как «Bibi» на пиджаке, стоит на коленях в луже крови, окруженный мертвыми телами (включая детей и игрушки), с обозначением места «GAZA». Фон — взрывы и разрушенная больница с крестом, символизирующая гуманитарный кризис. Нетаньяху произносит: «In the neighborhood, but he doesn't drop in? Doesn't call or write? Some friend! Some ally! Oy, is anyone listening?» (Politico 16.05.2025). Это аллюзия на изоляцию Нетаньяху, где «сосед» (neighborhood) подразумевает США или же самого Трампа, а «оу» добавляет еврейский колорит для иронии.

«Bibi» — это клиппинг (усечение) от «Benjamin», с редупликацией (повторением слога «bi» для ласкательности), типичный для прозвищ в иврите и перекачивавший на английский. В карикатуре оно мотивировано именем собственным, чтобы персонализировать фигуру:

«Bibi» на галстукe делает Нетаньяху узнаваемым, подчеркивая его как «кровавого» лидера, чьи руки в крови (символ вины за смерти в Газе). «Bibi» маркирует Нетаньяху как фигуру, потерявшую поддержку союзников (США), намекая на разрыв с Трампом. Фраза «some ally» подчеркивает тему предательства, отражая реальные дебаты о поставках оружия Израилю.



Рисунок 3. Карикатура «Bibi» с онлайн платформы Politico

В статье ABC Австралия от 30 июля 2025 г. «Even Bibi's biggest backer doesn't believe claim of 'no starvation' in Gaza», прозвище «Bibi» используется для подчеркивания личных отношений Нетаньяху с Дональдом Трампом, на фоне расхождений по гуманитарной ситуации в Газе. Статья критикует Нетаньяху за отрицание голода в Газе «What a bold-faced lie. There is no policy of starvation in Gaza, and there is no starvation in Gaza», несмотря на доказательства ООН (фамин, свыше 140 смертей от голода, включая 80 детей) (ABC 30.07.2025). Трамп, названный «biggest backer» (крупнейший спонсор) Нетаньяху, расходится с ним, признавая «real starvation stuff» (настоящее голодание) в отношении детей Газы.

«Bibi» — устойчивое прозвище, мотивированное именем Нетаньяху, но в статье оно функционирует как окказиональный маркер для подчеркивания близости отношений: Трамп использует его в личном общении, что делает термин символом политического альянса.

Окказионализмы в медийном дискурсе часто мотивированы не только именами собственными, но и должностями или даже институциональными обозначениями, такими как акронимы, которые приобретают символическое значение. В словообразовательных процессах английского языка акронимизация (acronyms) занимает особое место, поскольку сочетает в себе элементы сокращения и семантической компрессии, позволяя эффективно кодировать сложные словосочетания в лаконичные, легко запоминаемые формы (Yule, 2010: 58). Акронимы представляют собой новые слова, образованные из начальных букв (или, реже, слогов) нескольких словосочетаний, которые в дальнейшем функционируют как самостоятельные единицы лексикона (Meyer, 2002). В случае акронима «DOGE» (Department of Government Efficiency), созданного в январе 2025 года исполнительным указом президента Дональда Трампа для сокращения бюрократии и расходов федерального правительства, он стал основой для сатирических неологизмов.

Карикатура (Рисунок 4) сатирически критикует администрацию Трампа за «разрушение» (gutted the place) демократических основ (foundations), отсылая к фразе Трампа из дебатов 2024 года: «I have concepts of a plan» (по поводу здравоохранения) (Рисунок 4). Окказионализм «DOGEY» интегрирован в изображение как ярлык на фигуре, усиливая тему некомпетентности (Politico 16.05.2025).

Акроним «DOGE» (Department of Government Efficiency) — инициализм, образованный из начальных букв фразы, введенный Трампом для обозначения департамента по оптимизации правительства. Как указано в исполнительном указе от 20 января 2025 года, DOGE предназначался для «модернизации федеральной технологии и сокращения расходов». Маск возглавлял его до мая 2025 года, когда ушел из-за критики за «хаотичные» реформы и конфликты интересов.



Рисунок 4. Карикатура «the Fixer Upper» с онлайн платформы Politico

«DOGEY» образовано путем аффиксации суффикса -Y (-EY) к акрониму DOGE, создавая форму, фонетически и графически близкую к «doggie» (собачка, уменьшительная форма от dog). Это пример окказионального словообразования через суффиксацию для уменьшительности или иронии, где «-Y» добавляет ласкательный оттенок (ср. «kitty» от «kit», «puppu» от «pup»). Визуально «DOGEY» выглядит как искаженный «DOGE», усиливая ассоциацию с «Dogecoin» (DOGE) — мем-криптовалютой с изображением собаки шиб-ину, которую Маск активно продвигал, вызывая рыночные колебания твитами.

«DOGEY» пародирует «DOGE» как «собачку» — послушного, но бесполезного помощника Трампа. Фигура с молотом символизирует Маска как «разрушителя» (в контексте сокращений в DOGE, включая увольнения и отмену программ), но с уменьшительным оттенком, подчеркивающим тривиальность реформ. Это отсылка к критике «DOGE» за «хаотичные» действия, такие как попытки сократить агентства без четкого плана, что привело к судебным искам и отставке Маска. Ирония усиливается ассоциацией с «Dogecoin»: Маск, «король мемов», превращает серьезный департамент в «игрушку».

Окказионализм «DOGEY», мотивированный акронимом «DOGE» и должностью Илона Маска, в карикатуре служит мощным инструментом сатиры, подчеркивая несерьезность и разрушительный потенциал департамента. Через аффиксацию и омофонию с «doggie», он пародирует переход от серьезной политики к мем-культуре, отражая критику DOGE в 2025 году как хаотичного проекта, закончившегося отставкой Маска.

### Заключение

Анализ окказионализмов, мотивированных именами собственными политиков в англоязычном медиадискурсе, позволяет подвести итоги ключевых лингвистических и коммуникативных тенденций, наблюдаемых в современных СМИ. Как показано в статье, окказионализмы представляют собой динамичный инструмент языковой креативности, где

имена известных фигур становятся основой для создания неологизмов, выполняющих сатирическую, критическую и идеологическую функции. Эти лексические единицы, часто возникающие в контексте карикатур, статей и заголовков, не только обогащают язык, но и отражают социокультурные конфликты, усиливая поляризацию общественного мнения. В эпоху цифровизации и быстрого распространения информации такие формы словообразования приобретают особую актуальность, поскольку позволяют СМИ оперативно реагировать на политические события, создавая выразительные нарративы.

Особую роль играет визуальный медиадискурс, в частности карикатуры из Politico, где фамилия Трампа подвергается графической игре и превращается в серию псевдобрендов (Trump-Coin, Trump-Club, Trump-Tower, Trump-Hotel). Здесь проявляется явление «медийной окказионализации», когда слово не только создается в пределах одного контекста, но и закрепляется в визуально-вербальном поле, усиливая сатирический эффект. Графическая игра с антропонимами в данном случае становится инструментом политической иронии и способом критики чрезмерной саморепрезентации политика.

Не менее показательным является пример с прозвищем израильского премьер-министра Биньямина Нетаньяху (Bibi). В отличие от фамилии Трампа, ставшей основой для коммерческого брендинга, имя Bibi несёт более неформальный характер, однако оно также активно используется в СМИ как самостоятельный символ политической идентичности. Со временем это прозвище превратилось в своеобразный политический мем, который позволяет журналистам и комментаторам выстраивать более персонализированный, а порой и иронический дискурс. Таким образом, оба антропонима — «Trump» и «Bibi» — демонстрируют разные траектории неологизации, но оба подтверждают тенденцию к превращению личных имён в дискурсивные маркеры политической жизни.

Интересный случай представляет игра с должностными наименованиями и акронимами, например, трансформация «DOGE» в «DOGEY». Здесь наблюдается наложение языковой игры на меметическую культуру: изменение формы акронима приводит к появлению слова, связанного с образом «собачки» (doggie), что одновременно сохраняет связь с исходным сокращением и создаёт комический эффект. В подобных примерах проявляется одна из центральных функций окказионализмов — ироническое переосмысление официальных или институциональных реалий, что характерно для цифровой медиасреды.

Таким образом, заключая проведённый анализ, можно утверждать, что антропонимические окказионализмы в современном медиадискурсе являются не только продуктом языковой креативности, но и важным инструментом конструирования политической реальности. Они отражают процессы коммерциализации политики, персонализации власти, а также усиление роли медиасатиры и меметической культуры в общественном восприятии. Изучение подобных явлений открывает перспективы для дальнейших исследований в области медиалингвистики, социалингвистики и дискурс-анализа, позволяя глубже понять механизмы взаимодействия языка, политики и медиа в XXI веке.

### Библиография

- Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия. М., 2000.
- Иванова А. А. Влияние СМИ на формирование русского языка. Е-Концепт, 86(586); 2016. <https://e-koncept.ru/2016/86586.htm>
- Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М.: Флинта, 2013. – 296 с.
- Казак М.Ю. Язык газеты: учеб. пособие – Белгород: ИД «Белгород», 2012. – 120 с.
- Касперова Л. Т., Смирнова Н. В., Блендинг в интернет-коммуникации: лингвокреативный аспект (на материале социальной сети «ВКонтакте»). М., 2022. URL: [https://mediamonitorsu.ru/analiz-media-kontenta/?ELEMENT\\_ID=98414](https://mediamonitorsu.ru/analiz-media-kontenta/?ELEMENT_ID=98414)

Шмелева Е. С. Когнитивные механизмы и прагматический потенциал лингвокреативности (на материале *The Economist*). // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. — Т. 18. — No 3. — С. 78—86.

Behera B., P. Mishra. The Burgeoning Usage of Neologisms in Contemporary English. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSRJHSS)*, 18 (3), 2013. — pp. 25-35.

Meyer, C. *English Corpus Linguistics* Cambridge University Press, 2002. — 271 p.

Yule, G. *The Study of Language* (4th edition) Cambridge: Cambridge University Press, 2010 — 340 p.

#### Онлайн ресурсы

Le Monde; URL: [https://www.lemonde.fr/en/opinion/article/2025/08/08/trumpism-a-political-phenomenon-that-defies-all-definition\\_6744182\\_23.html](https://www.lemonde.fr/en/opinion/article/2025/08/08/trumpism-a-political-phenomenon-that-defies-all-definition_6744182_23.html)

The Independent; URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/joe-rogan-meidastouch-podcast-youtube-b2800447.html>

Politico; URL: <https://www.politico.com/gallery/2025/05/16/the-nations-cartoonists-on-the-week-in-politics-00352714>

BBC; URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cjrld3erq4eo>

Chip; URL: <https://ichip.ru/novosti/videli-trampofon-prezident-ssha-predstavil-sobstvennyj-smartfon-918212>

ABC; URL: <https://www.abc.net.au/news/2025-07-30/israel-pm-netanyahu-backer-do-not-believe-gaza-claims/105592566>

Cambridge Online Dictionary; URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/trumpism>

# СЎЗ САНЪАТИ ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ИСКУССТВО СЛОВА  
INTERNATIONAL JOURNAL OF WORD ART

Контакт редакций журналов. [www.tadqiqot.uz](http://www.tadqiqot.uz)  
ООО Tadqiqot город Ташкент,  
улица Амира Темура пр.1, дом-2.  
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; E-mail: [info@tadqiqot.uz](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of [www.tadqiqot.uz](http://www.tadqiqot.uz)  
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,  
Amir Temur Street pr.1, House 2.  
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; E-mail: [info@tadqiqot.uz](mailto:info@tadqiqot.uz)  
Phone: (+998-94) 404-0000