

Политическая лингвистика. 2026. № 1 (115).  
*Political Linguistics*. 2026. No 1 (115).

УДК 811.112.2'42:811.112.2'373.23+81'27  
 ББК Ш143.24-51+Ш143.24-316+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.27

Код ВАК 5.9.8; 5.9.6

**Ольга Анатольевна Ткаченко**

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия,  
 olga.tkachenko88@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2302-8922>

## Имя для парламентской коалиции: от традиций до цифровой лингвокреативности

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассматриваются стратегии именаречения коалиций в современной Германии, где под коалицией понимается союз двух или более партий, заключающийся с целью формирования правительства и/или получения устойчивого большинства мест в парламенте на федеральном уровне. Цель исследования заключается в раскрытии концептуального содержания номинативной стороны партийно-коалиционного бренда с позиции диахронии, поскольку активно меняющаяся общественно-политическая действительность напрямую отражается в наименовании политического бренда. В рамках исследования применяется комплексный полифункциональный подход, объединяющий методы ономастики, политической лингвистики и медиалингвистики: метод извлечения ономастического материала из цифровых медиаисточников, лексико-семантический, этимологический и словообразовательный анализ материала, а также дискурс-анализ с целью раскрытия воздействующего эффекта официальных и креативных именных форм. Особое внимание уделяется реализации лингвокреативности в цифровой медиасреде, для обозначения которой предлагается термин «цифровая лингвокреативность». Показано, что в результате цифровой лингвокреативности в германском политическом медиадискурсе на фоне смены правительства возникло множество оригинальных наименований для правящей коалиции ФРГ. В работе описаны лингвокреативные эксперименты, реализуемые на разных языковых уровнях. Среди основных средств лингвокреативности, реализуемых в цифровом пространстве, особое место занимают прецедентность и метафоризация. Подчеркивается тесная связь цифровой лингвокреативности с созданием смехового и дискредитирующего эффекта на фоне растущей агрессии по отношению к власти.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** политическая лингвистика, ономастика, имя коалиции, коалиция, цифровая лингвокреативность, цифровые технологии, немецкий язык, политические партии, Фридрих Мерц, прецедентность, прецедентные имена, политический дискурс, лингвокреативный эксперимент, колический эффект, дискредитирующий эффект, политическая метафорология, метафорическое моделирование, метафорические модели, политические метафоры, метафорические единицы, когнитивная лингвистика, языковые единицы.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ:** Ткаченко Ольга Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, перевода и межкультурной коммуникации, Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия, email: [olga.tkachenko88@mail.ru](mailto:olga.tkachenko88@mail.ru).

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Ткаченко, О. А. Имя для парламентской коалиции: от традиций до цифровой лингвокреативности / О. А. Ткаченко. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 1 (115). — С. 93-101.

**Ol'ga A. Tkachenko**

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia, [olga.tkachenko88@mail.ru](mailto:olga.tkachenko88@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0003-2302-8922>

## Naming a Parliamentary Coalition: From Traditions to Digital Linguocreativity

**ABSTRACT.** The article examines coalition naming strategies in contemporary Germany, where a coalition is defined as an alliance of two or more parties aimed at forming a government and/or obtaining a stable majority of seats in parliament at the federal level. The aim of the study is to describe the conceptual content of the nominative side of the party-coalition brand from the standpoint of diachrony, since the actively changing socio-political reality is directly reflected in the name of the political brand. The study uses a complex multifunctional approach that combines methods of onomastics, political linguistics, and media linguistics: the method of extracting onomastic material from digital media sources, lexicosemantic, etymological and word-formation analysis of the material, as well as discourse analysis with the aim of exploring the manipulative effect of official and creative nomination forms. Particular attention is paid to the realization of linguocreativity in the digital media environment, for which the term “digital linguocreativity” is suggested. It is shown that, as a result of digital linguocreativity in German political media discourse against the backdrop of government change, many original names for the ruling coalition of the FRG have emerged. The paper describes linguocreative experiments conducted at various linguistic levels. Among the main linguocreativity means used in the digital space, precedent phenomena and metaphoricization occupy a special place. The study emphasizes close ties between digital linguocreativity and the creation of humorous and discrediting effects on the background of growing aggression towards the authorities.

**KEYWORDS:** political linguistics, onomastics, coalition name, coalition, digital linguocreativity, digital technologies, German language, political parties, Friedrich Merz, precedent nature, precedent names, political discourse, linguocreative

*experiment, humorous effect, discrediting effect, political metaphorology, metaphorical modeling, metaphorical models, political metaphors, metaphorical units, cognitive linguistics, language units.*

**AUTHOR'S INFORMATION:** Tkachenko Ol'ga Anatol'evna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Foreign Languages, Translation and Intercultural Communication, Humanitarian Institute, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia.

**FOR CITATION:** Tkachenko O. A. (2026). Naming a Parliamentary Coalition: From Traditions to Digital Linguocreativity. In *Political Linguistics*. No 1 (115), pp. 93-101. (In Russ.).

## ВВЕДЕНИЕ

В условиях активно меняющейся общественно-политической действительности неизбежно возникает необходимость именования новых реалий, акторов и продуктов сферы политики. При этом политический нейминг все чаще рассматривают как важный этап формирования сильного политического бренда [Недяк 2013; Гудкова, Лаптев 2003]. Рассмотрение нейминга политических партий на германском материале, в том числе электорального нейминга, выявило, что социально-политическая реальность напрямую отражается на концептуальном содержании номинативной стороны партийных брендов, поэтому в условиях кризиса стратегии нейминга могут приобретать изобретательный характер, а в новых именах партий, преимущественно неофициального типа, отражаются как претензии к действующей власти, так и актуальные потребности общества, тем самым партийные имена приобретают форму эффективного инструмента политической коммуникации [Ткаченко 2023]. Кроме того, с активным переходом политической коммуникации в цифровое пространство отмечается широкий интерес германской аудитории к номинативной стороне партийного бренда как возможности через народные наименования выразить свое отношение к политической силе.

Однако нейминг коалиций ФРГ, которые по типу обозначаемых объектов также относятся к общественно-политической сфере и активно функционируют в политическом дискурсе и политической коммуникации, не получил детального освещения в отечественном и зарубежном научном поле; попытка описать традиции наименования коалиций современной Германии, а также раскрыть новые тенденции имянаречения предпринята в настоящей работе. При этом нам видится релевантным уделить особое внимание народному неймингу в цифровой среде, в частности рассмотрению ономастического материала, возникшего в результате так называемой цифровой лингвокреативности, с позиции прагматико-коммуникативного потенциала и лингвокреативного эксперимента.

Следует отметить, что современные исследования лингвокреативности выступают

активно развивающимся лингвистическим направлением, что обусловлено особым вниманием к изучению лингвокреативных процессов с позиции языкового сознания человека. Однако, несмотря на большой объем работ, посвященных лингвокреативности, немалая часть вопросов в рамках изучения этого феномена остается нерешенной. Само понятие «*лингвокреативность*» трактуется исследователями по-разному, однако большинство из них сходятся во мнении, что креативное использование языка определяется в первую очередь как когнитивная способность создавать инновационные приемы выражения смыслов на основе уже имеющейся знаковой системы [Casini 2020]. При этом в работе [Беляевская 2022] подчеркивается, что неординарное использование языковых средств, способствующее повышению эффективности прагматического воздействия в процессе коммуникации, не обязательно строится на нарушении языковой нормы; напротив, лингвокреативность основывается на знании языковой системы. Иными словами, лингвокреативность представляет собой нетривиальный подход носителя языка к использованию уже существующих языковых единиц на основе функционирующих в языке механизмов [Шилихина, Паньин 2025]. При этом подобный языковой подход предполагает создание определенного эффекта: комического, художественного, экспрессивного и др.

Лингвокреативные процессы рассматривают сегодня в самых различных дискурсах: научном, социокультурном, медийном, политическом и др. Спектр охватываемых тем в рамках изучения лингвокреативности также широк. Если говорить о политическом дискурсе, то исследователи обращают свой научный взор на изучение лингвокреативных элементов (лингвокреатем) в политических плакатах [Филатова 2022], а также в интернет-комментариях к новостным и политическим видеосообщениям [Иванченко 2025]. Кроме того, предметом исследования становятся как лингвокреативные словообразовательные приемы на материале политических антропонимов, реализуемые в интернет-коммуникации [Канашина 2023], так и лингвокреативность как фактор формирования образа политической партии в блогосфере

[Болотова 2024] и др. Знакомство со множеством работ по изучению лингвокреативности в политическом дискурсе указывает на активную реализацию лингвокреативных процессов в цифровом пространстве в различных политических поддискурсах. Таким образом, нам видится целесообразным говорить о *цифровой лингвокреативности*.

Обоснованность внедрения в научный оборот этого термина, ранее не отмеченного в научном дискурсе, объясняется, на наш взгляд, тем, что в настоящее время понятие «цифровой» имеет широкую палитру значений. В работе [Маринова 2023] автор, исследуя семантическую структуру одного из ключевых понятий современного общества, отмечает формирующуюся на протяжении нескольких лет полисемию лексемы «цифровой», которая еще не нашла отражения в лексикографических источниках. На основе анализа практически неограниченной словесной комбинаторики исследователь выделяет новое значение слова: «реализуемый, осуществляемый, существующий в интернете». В этом значении понятие «цифровой» синонимично целому ряду атрибутивных единиц, используемых для номинации объектов и явлений виртуальной действительности: *виртуальный, электронный, сетевой, онлайн-, интернет-, кибер-, веб-*. Кроме того, в научном обороте нами отмечены множественные терминологические комбинации в сфере лингвистики с включением понятия *цифровой*: *цифровая лингвистика, цифровой текст, цифровые лингвистические задачи, цифровой переводчик, цифровые лингвопроцессы, цифровой словарь* и др. Все вышесказанное, на наш взгляд, указывает на правомерность использования термина «цифровая лингвокреативность», под которой нами понимается способность носителя языка, реализуемая в интернет-среде, модифицировать существующие в языке языковые средства или создавать новые языковые знаки на основе уже существующих с целью создания определенного эффекта или образа.

В контексте языковой идентичности исследователи сегодня сходятся во мнении, что словотворчество является одной из важных составляющих языковой идентичности немецкой нации, что особенно ярко проявляется в цифровой среде [Никитина 2015; Кузнецова, Чигашева 2025; Ткаченко 2022]. Результатом языковой креативности становится появление множества новых ономастических единиц, составляющих большой объем политического ономастикона, при этом сама цифровая медиасреда способствует развитию ономастической системы сферы политики.

Следует отметить, что последние несколько лет в партийно-идеологическом ландшафте Германии наблюдаются существенные трансформации. Политические объединения переживают системный кризис, который ставит под вопрос дальнейшее существование как традиционных партий, так и правящих коалиций [Бирюков 2015]. Подобные сдвиги внутри политической системы страны вносят изменения также в систему нейминга партий и коалиций. Кроме того, растущее влияние цифровых процессов и широкое распространение интернет-технологий в современной политической коммуникации формирует новые номинативные тенденции, которые уже обнаруживаются в номинативных моделях, предложенных в цифровой среде для новой правительственной коалиции 2025 года, в состав которой вошли Христианско-демократический союз (ХДС) / Христианско-социальный союз (ХСС) и Социал-демократическая партия Германии (СДПГ); именно эти лингвокреативные именные формы и будут рассмотрены нами далее.

## ОБСУЖДЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В парламентской системе Германии коалиция представляет собой союз двух или более партий или их парламентских фракций, заключающийся с целью формирования правительства, поскольку получение абсолютного большинства мест одной партией в парламенте, особенно на федеральном уровне, маловероятно [BPD]. При этом формирование коалиций в значительной степени находится вне контроля избирателей и отдано на усмотрение партий. Кроме того, формирование коалиции может оказать решающее влияние на целую эпоху. Например, формирование коалиции из ХДС/ХСС (Христианско-демократического союза (ХДС) и Христианско-социального союза), СвДП (Свободной демократической партии) и Немецкой партии в послевоенный период в Западной Германии ознаменовало смену парадигмы: Федеративная Республика трансформировалась из канцлерской демократии с доминирующим положением главы правительства в партийную или коалиционную демократию, в которой канцлер выступает в роли координатора и должен учитывать интересы партнеров по коалиции [Andersen, Woyke 2021]. Таким образом, формирование коалиций в парламенте обусловлено характером политической системы ФРГ; они представляют собой временные союзы, обычно создаваемые на один срок полномочий.

Как было отмечено выше, история формирования первого коалиционного прави-

тельства ФРГ берет свое начало в послевоенной Западной Германии в 1949 г. Поскольку традиционно выборы в Бундестаг проходят раз в четыре года, то, начиная с 1949, избирается правящая коалиция, которая играет центральную роль в политической жизни страны. В зависимости от состава и партийной принадлежности коалициям часто присваивают описательные названия, мотивированные в большинстве случаев цветовой символикой партий, входящих в состав коалиции. Так, наиболее известны такие коалиции, как «Черно-желтая» коалиция, представляющая собой союз ХДС/ХСС и СвДП, где черный цвет символизирует ХДС/ХСС, а желтый — соответственно СвДП; была у власти в 1961–1966, 1982–1998, 2009–2013 годах. В состав «Красно-черной» или «Большой коалиции» в 1966–1969, 2005–2009, 2013–2021 годах входили ХДС/ХСС и СДПГ (Социал-демократическая партия Германии), цветом-символом последней является красный. «Красно-зеленая» коалиция в 1998–2005 годах состояла из СДПГ и Партии зеленых. Таким образом, красный, черный, желтый и зеленый цвета стали основополагающими ориентирами в политическом ландшафте Германии, образуя партийно-политический спектр и обозначая идеологическую позицию отдельной партии и коалиции в целом.

Нам видится целесообразным упомянуть об истоках возникновения цветовой символики в современной политической сфере Германии. Подробно этимология цвета в германской партийной системе описана в работе [Туманова 2023], в которой автор описывает историю закрепления отдельного цвета за определенной партией. Отметим лишь, что традицию присваивать партиям цветовую символику связывают с развитием медиакратии после Второй мировой войны. Политическая коммуникация стала больше ориентироваться на новое ведущее средство массовой информации — цветное телевидение; появление цветовой символики на телеэкранах способствовало более эффективной коммуникации между акторами. Виделось крайне важным продвигать партийный цвет через новые медиаканалы, в том числе оказывая влияние на аудиторию посредством цветовой символики [Heller 2004]. Так, изначально черный цвет, олицетворявшийся ХДС, не играл никакой роли в

партийном имидже ХДС и был присвоен союзу оппозиции как консерваторам с большой поддержкой духовенства; данный цвет ассоциировался преимущественно с облачением священников. Однако молодежная организация при блоке ХДС/ХСС «Молодежный союз» (Junge Union) трансформировала черный цвет в партийный бренд. В ходе масштабной политической кампании 2004 года слоган «Черный — это красиво» (Black ist beautiful), неоднократно использовавшийся в рекламе с конца 1960-х годов, стал эффективной формой самопрезентации [Ewert 2004: 7].

Таким образом, выбор номинативной стратегии указания цвета в имени коалиции объясняется доминированием цветовой символики в обозначении германских политических партий в политической коммуникации и их идеологической ориентацией [Чигашева 2021: 79]. Кроме того, подобные имена являются колористическими полифункциональными метафорическими наименованиями, поскольку цвет, с одной стороны, эксплицитно выполняет индивидуализирующую и констатирующую функцию в политическом ономастическом ландшафте, с другой стороны, имплицитно выражает идеологическую идею агонального плана. При этом подобные цветковые имена-метафоры не выражают оценочности и носят скорее официальный характер.

Кроме того, цветковые наименования коалиций нередко выступают семантическими дериватами для создания новых креативных имен коалиций. В результате развертывания колористических метафор отмечаются новые метафорические наименования, выражающие коннотацию. Так, в партийно-коалиционной метафоросистеме современной Германии обнаруживаются наименования, отличающиеся образностью, построенной на сходстве новых метафорических образов с цветовой символикой коалиций.

Наиболее доминантной моделью является однотипная модель со сферой-мишенью «ГОСУДАРСТВО». Топоним в составе метафорического наименования коалиции мотивирован триколором государственных флагов (рис. 1).

Другая модель, также отличающаяся высокой продуктивностью, включает сферу-мишень «ФРУКТЫ И ЯГОДЫ» (рис. 2).

ХДС	ЗЕЛЕННЫЕ	СвДП	Jamaika-Koalition (коалиция ЯМАЙКА)
СДПГ	ХДС	ЗЕЛЕННЫЕ	Kenia-Koalition (коалиция КЕНИЯ)
ХДС	СДПГ	СвДП	Deutschland-Koalition (коалиция ГЕРМАНИЯ)

Рис. 1. Метафорические модели со сферой-мишенью «ГОСУДАРСТВО»

ХДС	СДПГ	ССВ	Brombeer-Koalition (коалиция ЕЖЕВИКА)
ЗЕЛЕННЫЕ	ССВ	СДПГ	Feige-Koalition (коалиция ИНЖИР)
СвДП		ЗЕЛЕННЫЕ	Limette-Koalition (коалиция ЛАЙМ)
ЗЕЛЕННЫЕ		ХДС	Kiwi-Koalition (коалиция КИВИ)

Рис. 2. Метафорические модели со сферой-мишенью «ФРУКТЫ И ЯГОДЫ»

Нельзя не упомянуть также яркий метафорический образ, возникший после образования правительственной красно-желто-зеленой коалиции между СДПГ, СвДП и Зеленой партией. Коалиция получила название «Светофор» (Ampelkoalition) также в соответствии с цветовой символикой партий, которые вошли в состав правящей коалиции. Выбранное метафорическое наименование для коалиции обладает высоким образным потенциалом. Заданные в исходном значении признаки устройства, регулирующего движение, эксплицитно выражаются и в новом метафорическом обозначении коалиции, поскольку коалиция «регулирует» ход принятия правительственных решений. Подобное наименование послужило множественной языковой игре как в германских, так и российских медиа.

Как отмечается в работе [Чудинов 2013: 27], «система метафорических моделей — это важная часть национальной языковой картины мира, национальной ментальности, она тесно связана с историей соответствующего народа и современной социально-политической ситуацией». Таким образом, природоморфная и социоморфная метафора наиболее доминантна в коалиционной метафоросистеме Германии. При этом в описанных метафорических наименованиях коалиций цвет является основой для выбора сферы-мишени. Однако, как отмечают эксперты, политическая теория цвета в современных реалиях не характеризуется последовательностью и объективным отражением идеологической ориентации: Партия зеле-

ных не такая уже и зеленая, красные сегодня лишь красноватые [WELT].

В результате, с одной стороны, цвета по-прежнему используются в качестве основных ориентиров на политической арене. С другой стороны, привычные ассоциации цветов как символов политических позиций отдельных партий ослабевают. Эти изменения уже обнаруживаются в номинативных предпочтениях новой правительственной коалиции 2025 года, в состав которой вошли партии ХДС/ХСС и СДПГ. В таком составе партии уже четыре раза формировали Большую коалицию. Первый раз это было в 1966 году; остальные три Большие коалиции на федеральном уровне были созданы при канцлере Ангеле Меркель (ХДС). При этом нынешний лидер ХДС Фридрих Мерц высказался о желании выбрать другое имя для коалиционного правительства, поскольку по итогам выборов количественно коалиция сильно уступает любой из предыдущих Больших коалиций и наименоваться сейчас таким образом было бы некорректно: „Eine 'GroKo' kann man die geplante Koalition mit diesen knappen Mehrheiten im Parlament ja eigentlich nicht mehr nennen“, sagte der Unionskanzlerkandidat» [Tagesschau]. Им были предложены имя *Koalition von Aufbruch und Erneuerung* (Коалиция прорыва и обновления) и более традиционное наименование с включением цветовой символики *schwarz-rote-Arbeitskoalition* (Черно-красная рабочая коалиция). Метафорическое наименование *Koalition von Aufbruch und Erneuerung* отличается высо-

ким прагматико-коммуникативным потенциалом, а также агональным воздействием, преобразуя существующее в сознании адресата традиционное представление о коалиции. Однако в итоге официальным именем правящей коалиции стало *schwarz-rote-Arbeitskoalition*. При этом включение в наименование смыслового концепта «работа» несет энергетическую нагрузку и указывает на целевые установки коалиции.

Особого внимания заслуживает участие цифровой аудитории в выборе нового имени для правящей коалиции, а также имена, которые возникли в результате цифрового лингвокреативного имянаречения. Так, в цифровом медиапространстве были предложены корпуса альтернативных имен для правительственной коалиции. Рассмотрим детально эти наименования, а также дадим характеристику лингвокреативным экспериментам на разных языковых уровнях. На новостных порталах [SWR] и [Stern] представлены списки подходящих, по мнению цифровой аудитории, для коалиции наименований. Большинство наименований характерна единая словообразовательная и графическая модель: **AIKo** (Altherren-Koalition-Ein Drittel Frauen reicht / Коалиция пожилых господ — Одной трети женщин достаточно), **BiKo** (Bierdeckel-Koalition — Jetzt anschreiben, später zahlen / Коалиция пивных подставок — Сейчас записать на счет, потом расплатиться), **DeAl** (Demokratische Alternative / Демократическая альтернатива), **KleinKo** (Kleine Koalition / Малая коалиция), **ReKo** (Regierende Koalition / Правящая коалиция), **SchuKo** (Schuldenkoalition / Долговая коалиция), **SchwaRo** (Schwarz-Rote Koalition / Черно-красная коалиция) и др.

Имена предложены в форме вторичной (аббревиатурной) и первичной (расшифровке аббревиатуры) номинаций. При этом аббревиатуры, выступающие как самостоятельные именные формы, представляют собой слоговые аббревиатурные наименования с графическим выделением второго слога (написание с заглавной буквы) как активного элемента, формирующего смысловой акцент. Выбор единой словообразовательной модели мотивирован краткой формой *GroKo*, которую использовал сам Фридрих Мерц в интервью газете *Bild*. Сама по себе краткая форма для именования коалиций нетипична. Использование канцлером ФРГ сокращения *GroKo* привело к намеренному эксплуатированию краткого имени в цифровой среде как реакции на нарушение нормы употребления именной формы.

На фонетическом уровне лингвокреативность проявляется в различных повторах:

**KoKo** (Kompromisskoalition), **KleinKo** (Kleine Koalition), **RamboZamboKo** (RamboZambo-Koalition), **SoKo** (Sondervermögen-Koalition). Повторение одинаковых согласных (аллитерация) и гласных звуков (ассонанс), повторение слогов способствует, на наш взгляд, возникновению комического эффекта; высмеивание правящей коалиции посредством иронично звучащих наименований подрывает имидж правительства и оказывает дискредитирующее воздействие.

Лексико-семантический уровень характеризуется прецедентностью наименований. Использование прецедентного феномена в политическом дискурсе является популярным приемом создания комического эффекта. Посредством прецедентных феноменов или фраз автор привносит в свой текст многоплановость, что способствует иерархизации смысла, созданию подтекста, дополнительного имплицитного смысла [Нецветаева 2023: 106]. Так, имя **RamboZamboKo** (RamboZambo-Koalition / «РэмбоЗамбо» коалиция) отсылает к предвыборной песне, которую ведущий шоу «Du gewinnst hier nicht die Million bei Stefan Raab» Штефан Рааб посвятил тогда еще кандидату на пост канцлера от ХДС/ХСС Фридриху Мерцу. После победы альянса ХДС/ХСС на федеральных выборах кандидат в канцлеры от ХДС/ХСС не смог сдержать улыбку и в своей победной речи заявил, что сегодня в доме Аденауэра будет Рэмбо Замбо: *Heute Abend feiern wir. Und ab morgen früh wird gearbeitet, ...Jetzt darf auch mal Rambo Zambo im Adenauer-Haus sein* [RND]. Песня, как и сама цитата г-на Мерца, прочно закрепилась за имиджем политика; подобное коалиционное имя, включающее прецедентный маркер, эксплицитно может указывать на несерьезность политических шагов коалиции и нарушение ожиданий электората в отношении коалиционной политики.

Кроме того, в результате цифровой лингвокреативности возникли имена *AFriko* (*Alte-Fritz-Koalition* / Коалиция старого Фрица) и *Friko* (*Fritzes Koalition* / Коалиция Фрица), которые выступают маркером прецедентной ситуации. Напомним, что именем «Фрице» нарекал Фридриха Мерца бывший канцлер ФРГ Олаф Шольц. Во время предвыборной кампании в программе новостей *ZDF Heute Journal* он заявил, что «Фрице» Мерц любит нести чепуху: „Fritze“ Merz erzählt „Tünnkram“. Отметим, что согласно Корпусу немецкого языка [DWDS] имя «Фрице» используется в некоторых германских диалектах в пренебрежительном значении для обозначения неблизкого знакомого. Личные нападки канцлера Олафа Шольца на

лидера ХДС Фридриха Мерца в интервью телеканалу *ZDF* вызвали споры о сниженном тоне предвыборной кампании [ZDF]. Использование инвектив, а также наречение прозвищем политического оппонента являются одной из форм проявления коммуникативной агрессивности. При этом рассматриваемые имена для коалиции, отсылающие к прозвищу «Фрице» с отрицательной коннотацией, могут трактоваться как специальный знак агональности, подчеркивающий неуважительное отношение к политическому противнику и способствующий формированию негативного образа оппонента как в цифровой медиасфере, так и в сознании электората.

Особого внимания заслуживают расшифровки кратких именных форм коалиций. По своей структуре они представляют собой полимотивированные наименования, в которых в качестве языковых механизмов лингвокреативности используется метафоризация для достижения прагматико-коммуникативного воздействия. В метафорике имен *Altherren-Koalition* — *Ein Drittel Frauen reicht* (Коалиция пожилых господ — Одной трети женщин достаточно), *Bierdeckel-Koalition* — *Jetzt anschreiben, später zahlen* (Коалиция пивных подставок — Сейчас записать на счет, потом расплатиться), *Schuldenkoalition* (Долговая коалиция) и *Sondervermögen-Koalition* (Коалиция Особого имущества) отражается состояние современного социума, культуры и отношения к власти. На фоне политических потрясений внутри страны отмечается развитие национальной системы политических метафор. Политические реалии, привлекающие повышенное внимание общества (в рассматриваемом материале это долги, квотирование рабочих мест для женщин, особое имущество государства, возраст политических деятелей), быстро становятся центрами метафорического притяжения. Кроме того, анализируемые имена отличаются метафорической агрессивностью.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, описание традиций имянаречения коалиционных союзов современной Германии в диахронном аспекте выявило, что в рассматриваемом ономастическом пространстве наблюдаются изменения, которые обусловлены в первую очередь активно трансформирующейся общественно-политической действительностью.

Несмотря на доминантный характер колористического обозначения коалиций, которые выступают семантическими дериватами для создания креативных имен-метафор коалиций, в современных реалиях привычные ассоциации цветов как символов

политических позиций отдельных партий ослабевают, что формирует новый взгляд на нейминг коалиционных союзов. Так, правительственная коалиция 2025 года на фоне множественных кризисов внутри страны отдала предпочтение традиционной номинативной модели с указанием идеологической ориентации посредством цвета, но при этом включила свежий метафорический концепт со сферой-мишенью «труд».

Цифровая лингвокреативность может рассматриваться как реакция цифровой аудитории и медиа на новую правительственную коалицию страны, где к стимулам проявления цифровой лингвокреативности можно отнести лингвокреативный потенциал немецкоязычной аудитории, создание комического и дискредитирующего эффекта через иронично-оскорбительные наименования, а также сублимацию агрессии к новой власти через эмоционально окрашенное имянаречение. Описание лингвокреативных приемов в цифровом пространстве на разных языковых уровнях свидетельствует о высоком лингвокреативном потенциале аудитории в осмыслении коалиционных наименований, выражающемся в уверенном владении техникой словообразования, включая образование кратких именных форм, а также развитой лексико-семантической и графической креативностью.

### ИСТОЧНИКИ

1. Das Kreuz mit dem Kreuz // Die Welt. — 2000. — 18 июня. — URL: <https://www.welt.de/print-wams/article614257/Das-Kreuz-mit-dem-Kreuz.html> (дата обращения: 22.04.2025).
2. Fritze // Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS). — URL: <https://www.dwds.de/wb/Fritze> (дата обращения: 22.04.2025).
3. Koalition // Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). — 2021. — URL: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/handwoerterbuch-politisches-system/202048/koalition/> (дата обращения: 22.04.2025).
4. Merz mit ‚Rambo Zambo‘: Was das Zitat bedeutet — und was Raab damit zu tun hat // RND. — 2024. — 15 мая. — URL: <https://www.rnd.de/medien/merz-mit-rambo-zambo-was-das-zitat-bedeutet-und-was-raab-damit-zu-tun-hat-Z2V6FD2PMNFWXM4WJEELPJ5R4Q.html> (дата обращения: 22.04.2025).
5. Scholz im ZDF-Interview: Fritze Merz erzählt gern Tünkram // ZDF heute. — 2024. — 17 января. — URL: <https://www.zdfheute.de/politik/deutschland/scholz-merz-tuenkram-bundes-tagswahl-attacken-100.html> (дата обращения: 22.04.2025).
6. So kann man es eigentlich nicht mehr nennen: Merz wünscht sich anderen Namen für mögliche Wiederauflage der 'Groko' // Der Tagesspiegel. — 2024. — 10 сентября. — URL: <https://www.tagesspiegel.de/politik/so-kann-man-es-eigentlich-nicht-mehr-nennen-merz-wuenscht-sich-anderen-namen-fur-moegliche-wiederauflage-der-groko-13419016.html> (дата обращения: 22.04.2025).
7. Stimmen Sie ab“RamboZamboKo“, „Albanien-Koalition“: Wie soll die Merz-Regierung heißen? // Stern. — 2024. — 10 сентября. — URL: <https://www.stern.de/politik/deutschland/schluss-mit-groko---wie-soll-eine-koalition-aus-union-und-spd-heissen--35577676.html> (дата обращения: 22.04.2025).
8. Wie soll die neue Koalition im Bundestag heißen? // SWR. —

2024. — 10 сентября. — URL: <https://www.swr.de/swr1/rp/wie-soll-die-neue-koalition-im-bundestag-heissen-100.html> (дата обращения: 22.04.2025).

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Беляевская, Е. Г. Лингвистическая креативность: нарушение нормы? / Е. Г. Беляевская // Вопросы психолингвистики. — 2022. — № 3 (53). — С. 62–73. — DOI 10.30982/2077-5911-2022-53-3-62-73. — EDN KBGYLX.
- Бирюков, Н. Ю. Политические партии Германии: вызовы системной трансформации / Н. Ю. Бирюков // Перспективы. Электронный журнал. — 2015. — № 4 (4). — С. 62–68. — EDN VCXMSX.
- Болотова, А. Ю. Роль лингвокреативности в формировании образа Коммунистической партии Китая в русскоязычной блогосфере / А. Ю. Болотова // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. — 2024. — № 22. — С. 154–165. — EDN DGKWHT.
- Гудкова, Н. И. Политический брэндинг в системе современного политического имиджмейкерства / Н. И. Гудкова, Л. Г. Лаптев // Акмеология. — 2003. — № 2. — С. 51–55. — EDN OZIDRB.
- Иванченко, Т. А. Лингвистическая креативность в интернет-комментариях (на материале сетевых комментариев к новостным и политическим видеосообщениям на немецком языке) / Т. А. Иванченко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2025. — Т. 18, № 6. — С. 2243–2249. — DOI 10.30853/phl20250314. — EDN OHGQKV.
- Канашина, С. В. Лингвокреативные словообразовательные приемы в политических антропонимах на материале англоязычных интернет-мемов / С. В. Канашина // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. — 2023. — Т. 29, № 3. — С. 153–159. — DOI 10.18287/2542-0445-2023-29-3-153-159. EDN WYBIO.
- Кузнецова, Е. Д. Гендерная лингвокреативность современного немецкого языка (на примере дискурса А. Бербок) / Е. Д. Кузнецова, М. А. Чигашева // Политическая лингвистика. — 2025. — № 3 (111). — С. 73–84. — EDN TXBSZO.
- Маринова, Е. В. Семантическая структура слова *цифровой* в русском языке XXI в.: проблема описания / Е. В. Маринова // LI Международная научная филологическая конференция: сборник тезисов. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2023. — С. 1092–1093. — EDN HDHSKF.
- Недяк, И. Л. Маркетингизация политики в логике и концепциях политического маркетинга / И. Л. Недяк // PolitBook. — 2013. — № 4. — С. 31–46. — EDN SGILOR.
- Нецветова, Л. Н. Лингвокреативность в дискурсивном конструировании медиаобраза политика / Л. Н. Нецветова // Лингвистика и лингводидактика в свете современных научных парадигм. — Иркутск: Аспринт, 2023. — Вып. 6. — С. 103–112. — EDN RCHCVV.
- Никитина, О. А. Словотворчество как проявление лингвокреативности современной немецкой языковой личности / О. А. Никитина // Филология и человек. — 2015. — № 1. — С. 47–57. — EDN TKVQHN.
- Ткаченко, О. А. Политический бэкромим как инструмент критики власти / О. А. Ткаченко // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2022. — № 4 (43). — С. 467–470. — DOI 10.34680/2411-7951.2022.4(43).467-470. — EDN LYUMBW.
- Ткаченко, О. А. Политический нейминг: тенденции и стратегии / О. А. Ткаченко // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2023. — № 4 (49). — С. 352–356. — DOI 10.34680/2411-7951.2023.4(49).352-356. EDN YGNQWW.
- Туманова, Е. О. Колористические эонимы как результат языковой рефлексии политической системы Германии с 1978 по 2021 годы / Е. О. Туманова // Политическая лингвистика. — 2023. — № 2 (98). — С. 79–90. — DOI 10.26170/1999-2629\_2023\_02\_09. — EDN CZHRVU.
- Филатова, А. Г. Лингвокреативные элементы как способ реализации коммуникативных стратегий в политическом плакате / А. Г. Филатова // Гуманитарные и социальные науки. — 2022. — Т. 92, № 3. — С. 124–130. — DOI 10.18522/2070-1403-2022-92-3-124-130. EDN FHJANJ.
- Чигашева, М. А. Культурно-маркированная лексика политического дискурса Германии: моногр. / М. А. Чигашева,

М. А. Елизарьева, Т. С. Ларина, А. П. Крячкова. — Москва: МГИМО-Университет, 2021. — 203 с. — ISBN: 978-5-9228-2455-2. — EDN JPIIA.

- Чудинов, А. П. Очерки по современной политической метафорологии: моногр. / А. П. Чудинов; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург: [б. и.], 2013. — 176 с. — ISBN: 978-5-7186-0504-4. — EDN QZIQHN.
- Шилихина, К. М. Лингвокреативность и языковая игра: почему возникает комический эффект? / К. М. Шилихина, Е. А. Паньин // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2025. — № 1. — С. 24–31. — DOI 10.17308/lic/1680-5755/2025/1/24-31. — EDN STDXXWG.
- Andersen, U. Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland / U. Andersen, W. Woyke (Hg.). — 8., aktual. Aufl. — Heidelberg: Springer VS, 2021.
- Casini, S. Language Creativity: A Semiotic Perspective / S. Casini. — Lanham: Lexington Books, 2020. — 192 p.
- Ewert, S. Black is black! Oder “Wir Schwarzen müssen zusammenhalten” / S. Ewert // Die Entscheidung. Sonderheft “black”. — 2004. — Vol. 52. — P. 7.
- Heller, E. Wie Farben wirken. Farbpsychologie, Farbsymbolik, kreative Farbgestaltung / E. Heller. — Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2004. — ISBN 3499619601, 9783499619601.
- Korte, K.-R. Wahlen in Ostdeutschland: Vielleicht wird's ja eine Brombeer-Koalition / K.-R. Korte // Die Zeit. — 2024. — 28 August.

#### MATERIALS

- Das Kreuz mit dem Kreuz (2000, 18 June). *Die Welt*. Available at Apr. 22, 2025 from <https://www.welt.de/print-wams/article614257/Das-Kreuz-mit-dem-Kreuz.html>.
- Fritze (n.d.). Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS). Available at Apr. 22, 2025 from <https://www.dwds.de/wb/Fritze>.
- Koalition (2021). *Bundeszentrale für politische Bildung* (bpb). Available at Apr. 22, 2025 from <https://www.bpb.de/kurzknapp/lexika/handwoerterbuch-politisches-system/202048/koalition/>.
- Merz mit ‘Rambo Zambo’: Was das Zitat bedeutet — und was Raab damit zu tun hat (2024, 15 May). *RND*. Available at Apr. 22, 2025 from <https://www.rnd.de/medien/merz-mit-rambo-zambo-was-das-zitat-bedeutet-und-was-raab-damit-zu-tun-hat-Z2V6FD2PMNFWX4M4WJEELPJ5R4Q.html>.
- Scholz im ZDF-Interview: ‘Fritze Merz erzählt gern Tünkram (2024, 17 Jan.). ZDF heute. Available at Apr. 22, 2025 from <https://www.zdfheute.de/politik/deutschland/scholz-merz-tuenkram-bundestagswahl-attacken-100.html>.
- So kann man es eigentlich nicht mehr nennen: Merz wünscht sich anderen Namen für mögliche Wiederauflage der ‘Groko (2024, 10 Sept.). *Der Tagesspiegel*. Available at Apr. 22, 2025 from <https://www.tagesspiegel.de/politik/so-kann-man-es-eigentlich-nicht-mehr-nennen-merz-wuenscht-sich-anderen-namen-fuer-moegliche-wiederauflage-der-groko-13419016.html>.
- Stimmen Sie ab “RamboZamboKo”, “Albanien-Koalition”: Wie soll die Merz-Regierung heißen? (2024, 10 Sept.). *Stern*. Available at Apr. 22, 2025 from <https://www.stern.de/politik/deutschland/schluss-mit-groko---wie-soll-eine-koalition-aus-union-und-spd-heissen--35577676.html>.
- Wie soll die neue Koalition im Bundestag heißen? (2024, 10 Sept.). *SWR*. Available at Apr. 22, 2025 from <https://www.swr.de/swr1/rp/wie-soll-die-neue-koalition-im-bundestag-heissen-100.html>.

#### REFERENCES

- Belyaevskaya, E. G. (2022). Linguistic creativity: a violation of the norm? *Issues of psycholinguistics*, 3(53), 62–73. DOI 10.30982/2077-5911-2022-53-3-62-73. EDN KBGYLX.
- Biryukov, N.Yu. (2015). Politicheskie partii Germanii: vyzovy sistemnoy transformatsii = Political parties in Germany: challenges of systemic transformation. *Prospects. Electronic journal*, 2, 207–219. EDN VCXMSX.
- Bolotova, A.Yu. (2024). Rol' lingvokreativnosti v formirovaniy obraza Kommunisticheskoy partii Kitaya v russkoyazychnoy blogosfere = The role of linguo-creativity in shaping the image of the Communist Party of China in the Russian-language blogosphere. *Psycholinguistic Aspects of the Study of Speech Activity*, 22, 154–165. EDN DGKWHT.
- Gudkova, N. I., Laptev, L. G. (2003). Politicheskiy brending

v sisteme sovremennogo politicheskogo imidzhmeykerstva = Political branding in the system of modern political image-making. *Acmeology*, 2, 51–55. EDN OZJDRB.

5. Ivanchenko, T.A. (2025). Lingvisticheskaya kreativnost' v internet-kommentariyakh (na materiale setevykh kommentariyev k novostnym i politicheskim videosobshcheniyam na nemetskom yazyke) = Linguistic creativity in Internet comments (based on online comments on news and political video messages in German). *Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues*, 18(6), 2243–2249. DOI 10.30853/phil20250314. EDN OHGQKV.

6. Kanashina, S.V. (2023). Lingvokreativnye slovoobrazovatel'nye priemy v politicheskikh antroponimakh na materiale angloyazychnykh internet-memov = Linguo-creative word-formation techniques in political anthroponyms based on English-language Internet memes. *Bulletin of Samara University. History, Pedagogy, Philology*, 29(3), 153–159. DOI 10.18287/2542-0445-2023-29-3-153-159. EDN WYBIIH.

7. Kuznetsova, E. D., Chigasheva, M. A. (2025). Gendernaya lingvokreativnost' sovremennogo nemetskogo yazyka (na primere diskursa A. Baerbock) = Gender linguo-creativity of modern German (on the example of A. Baerbock's discourse). *Political Linguistics*, 3(111), 73–84. EDN TXBSZO.

8. Marinova, E.V. (2023). Semanticheskaya struktura slova tsifrovoy v russkom yazyke XXI v.: problema opisaniya = Semantic structure of the word digital in the Russian language of the 21st century: a problem of description. *LI International Scientific Philological Conference. Collection of abstracts*, 1092–1093. Saint Petersburg: St. Petersburg State University.

9. Nedyak, I. L. (2013). Marketizatsiya politiki v logike i konceptsiyakh politicheskogo marketinga = Marketization of politics in the logic and concepts of political marketing. *PolitBook*, 4, 31–46. EDN SGILOR.

10. Netsvetaeva, L.N. (2023). Lingvokreativnost' v diskursivnom konstruirovani mediaobraza politika = Linguo-creativity in the discursive construction of a politician's media image. *Linguistics and linguodidactics in light of modern scientific paradigms. Iss.* 6, 84–91. Irkutsk: Asprint.

11. Nikitina, O. A. (2015). Slovtvorchestvo kak proyavlenie lingvokreativnosti sovremennoy nemetskoy yazykovoy lichnosti = Word creation as a manifestation of linguo-creativity of the modern German linguistic personality. *Philology and Man*, 1, 47–57. EDN TKVQGH.

12. Tkachenko, O. A. (2022). Politicheskii bekronim kak instrument kritiki vlasti = Political backronym as a tool of criticism of power. *Scientific Notes of Novgorod State University*, 4(43),

467–470. EDN LYUMBW.

13. Tkachenko, O. A. (2023). Politicheskii neyming: tendentsii i strategii = Political naming: trends and strategies. *Scientific Notes of Novgorod State University*, 4(49), 352–356. DOI 10.34680/2411-7951.2023.4(49).352-356. EDN YGNQWW.

14. Tumanova, E. O. (2023). Koloristicheskie eonimy kak rezultat yazykovoy refleksii politicheskoy sistemy Germanii s 1978 po 2021 gody = Colouristic aeonyms as a result of linguistic reflection on the political system of Germany from 1978 to 2021. *Political Linguistics*, 2(98), 79–90. DOI 10.26170/1999-2629\_2023\_02\_09. EDN CZHRVU.

15. Filatova, A. G. (2022). Lingvokreativnye elementy kak sposob realizatsii kommunikativnykh strategiy v politicheskom plakate = Linguo-creative elements as a way of implementing communicative strategies in a political poster. *Humanities and social sciences*, 92(3), 124–130. DOI 10.18522/2070-1403-2022-92-3-124-130. EDN FHJANJ.

16. Chigasheva, M. A., Elizar'eva, M. A., Larina, T. S., Kryachkova, A. P. (2021). Kul'turno-markirovannaya leksika politicheskogo diskursa Germanii = Culturally marked vocabulary of the political discourse of Germany. Moscow: MGIMO-Universitet. ISBN: 978-5-9228-2455-2. EDN JPJIIA.

17. Chudinov, A. P. (2013). Ocherki po sovremennoy politicheskoy metaforologii = Essays on modern political metaphorology. Ekaterinburg: Ural St. Ped. Univ. ISBN: 978-5-7186-0504-4. EDN QZIQHH.

18. Shilikhina, K. M., Pan'in, E. A. (2025). Lingvokreativnost' i yazykovaya igra: pochemu voznikaet komicheskiy effekt? = Linguo-creativity and language play: why does a comic effect arise?. *Bulletin of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 1, 24–31. DOI 10.17308/lic/1680-5755/2025/1/24-31. EDN STDXWG.

19. Andersen, U., Woyke, W. (Eds.). (2021). Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland (8th ed.). Heidelberg: Springer VS.

20. Casini, S. (2020). Language Creativity: A Semiotic Perspective. Lanham: Lexington Books.

21. Ewert, S. (2004). Black is black! Oder "Wir Schwarzen müssen zusammenhalten". *Die Entscheidung. Sonderheft "black"*, 52, 7.

22. Heller, E. (2004). Wie Farben wirken. Farbpsychologie, Farbsymbolik, kreative Farbgestaltung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

23. Korte, K.-R. (2024, August 28). Wahlen in Ostdeutschland: Vielleicht wird's ja eine Brombeer-Koalition. *Die Zeit*.