

Т.А. Гуральник*

Самарский государственный университет

**ОСОБЕННОСТИ НЕОНОМИНАТИВНОЙ ПАРАДИГМЫ
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В КОНТЕКСТЕ ЕГО ДИНАМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ)**

T.A. Guralnik

Samara State University

**BLENDING AS AN ACTIVE WORD-BUILDING MEANS OF THE
NEOLOGICAL PARADIGM**

The paper examines blending as an active and productive word-building means in the new English vocabulary. Cognitive, pragmatic, structural and semantic aspects of new coinages are discussed.

Известно, что процесс лексической номинации рассматривается учеными как процесс фиксации с помощью воспроизводимого и компактного знака социально или личностно значимого деятельностного опыта человека. Важнейшая функция языка, номинативная функция, реализуется через постоянно развивающуюся систему разнообразных механизмов активной лексической номинации. Важную роль в формировании системы активной лексической номинации играет культурно-исторический фактор, влияющий на выбор того или иного номинативного механизма, той или иной модели производства. По данным нашего исследования, ведущая роль в системе активной лексической номинации принадлежит словообразованию [1].

* © Гуральник Т.А., 2010

В рамках лингвокогнитивного подхода словообразование рассматривается как познавательный процесс, в ходе которого с помощью ментальных операций на основе старых знаний происходит категоризация нового знания и появление новых слов в речи, языке, ментальном лексиконе.

С позиций коммуникативно-прагматического подхода порождение нового слова связано с прагматически ориентированными стимулами, к которым языковеды относят порождающую функцию языка, закон языковой экономии и тенденцию к регулярности (однотипности) внутриязыковых отношений. Собственно прагматическими стимулами являются потребность наименования, потребность экспрессии и потребность в улучшении языкового материала [2].

При рассмотрении процессов порождения нового слова релевантным представляется суждение Е.С. Кубряковой о том, что акт номинации предполагает две различные операции: чтобы назвать что-либо, необходимо идентифицировать референт, определить его место в когнитивной системе говорящего и отнести к определенной категории: далее следует операция сравнения референта с другими подобными ему в данной категории; в результате выделяются характеристики, отличающие данный референт от ему подобных [3].

Одной из регулярных моделей словообразования, активизировавшихся в английском языке рубежа XX–XXI веков, стала модель сложносокращенного слова, которую мы рассмотрим более подробно в настоящей статье.

Телескопию, или сложносокращенный способ словообразования, можно отнести к самостоятельному способу образования новых лексических единиц в системе современного английского языка. Телескопия – не только процесс словообразования, но одновременно и процесс номинации, связанный с созданием новой формы слова для выражения нового понятия. Под телескопией, вслед за Е.Н. Синкевич, мы будем понимать такой способ словообразования, при котором «с помощью одного акта происходит со-

знательный и целенаправленный процесс слияния двух усеченных основ исходных слов или полной основы с усеченной с целью создания новой лексемы, способной совместить и выразить значения входящих в нее структурных компонентов» [4, с. 114]. Например, *netizen* – (*net*+ (*cit*)*izen*) – smb who has access to and uses the Internet frequently.

Характерной особенностью структурной организации телескопических слов является то, что по меньшей мере один из компонентов таких слов представлен не целой, а усеченной основой, ее фрагментом, осколком. Неологизмы, образованные по моделям сложносокращенного способа, обладают ярко выраженной коннотацией новизны, которая проявляется не только в плане содержания, но и в плане выражения (*babymoon*: (*baby* + (*honey*)*moon*) – *a special holiday taken by parents-to-be before their first baby is born*). Поскольку необычное сочетание существующих в английском языке элементов придает оригинальность, «свежесть» материальной форме сложносокращенных слов, они часто появляются в медийном и рекламном дискурсах, выполняя важную функцию привлечения внимания, а в рекламном дискурсе им придается дополнительная функция – запоминаемость слова (*glamping* – (*glam(orous)*+*camping*) – *a luxury form of camping which includes expensive equipment, high-class facilities, luxury food and drink*).

Большинство сложносокращенных слов обладают, как правило, имплицитной мотивированностью, т. е. оказываются мотивированными с точки зрения именующего. С точки зрения прагматики слушающего, заинтересованного в развернутой формуле, данные типы слов представляют определенную сложность. Для декодирования сложносокращенного слова, по мнению А. Лейрера, релевантными оказываются частотность основ, участвующих в словообразовании, отсутствие схожих по звучанию корней и семантическая прогнозируемость слова [5].

Первостепенное теоретическое и практическое значение имеет исследование таких сложносокращенных слов, которые создаются по определенным структурно-семантическим моделям, поскольку

выявление моделей, установление степени их продуктивности позволит вскрыть потенциальные возможности возникновения новых моделированных телескопических единиц в английском языке. Структурно-семантический анализ сложносокращенных языковых единиц показал, что они распределяются по 5 основным моделям, представляющим структурные формулы построения, технику производства номинации.

Слияния

А. Слияние начального фрагмента одного слова и конечного фрагмента другого (*prosumer, advertorial*);

Б. Слияние целого слова с усеченным фрагментом второго (*videorazzi, webliography, cablecast*);

В. Слияние усеченного фрагмента первого слова с целым фрагментом второго (*narcoterrorism*).

Собственно телескопы

Г. Сложение двух основ, в результате которого невозможно установить, к какому компоненту сложносокращенного слова относится общий элемент: *netiquette* – [net + etiquette], *guesstimate* – [guess + estimate], *globaloney* – [global + baloney];

Д. Наложение фонетически или орфографически тождественных фрагментов двух слов (*meritocracy* [merit + aristocracy], *televangelist* [television + evangelist], *emoticon* [emotion + icon]).

Важно отметить, что моделированный характер узуальных языковых единиц позволяет говорить о распространенности модели, ее продуктивности.

На распространенность модели оказывает влияние социальный фактор: необходимость создания новых слов, выражающих систему родственных понятий. Так, например, в сфере социального страхования США названия медицинских страховых программ образовано по моделям (Д и Г) (*Medicare, Medicaid, Medigap*), что способствует «узнаваемости» и принятию нового слова. Наличие лексических единиц с одним и тем же повторяющимся финальным или начальным фрагментом позволяет говорить о парадигматиче-

ской аналогии, сущность которой заключается в морфологизации лексемы или ее фрагмента, который в дальнейшем участвует в словообразовании новых языковых единиц. Так, например, сленговая единица из сферы шоу-бизнеса и рекламы *payola* – *a payment given in exchange for promoting a commercial product, or the system of making such payments, especially to disc jockeys*, послужила «строительным материалом» для образования таких неодериватов, как *drugola* – *the use of illegal drugs as a bribe*; *gayola* – *undercover payments made by homosexual establishments for permission to operate without interference*, *plugola* – *indirect or incidental promotion of a product or person on radio or TV (from plug meaning to promote or publicize)*. Вышеперечисленные единицы маркированы и образуют тематическую группу в рекламной сфере: нелегальные способы продвижения рекламного продукта, идеи, имиджа и т. п.

На создание новой лексической единицы может оказать влияние и буквенный состав производящей основы, как, например, в лексемах с формантом – *nomics*, обозначающих экономический курс президентской администрации в тот или иной исторический период, формант присоединяется к основам, оканчивающимся на букву «n» (*Nixonomics, Reaganomics, Clinonomics*).

Слияния и телескопы, имея «гибридный» характер, совмещают в себе семантическую нагрузку двух реалий. В соответствии с типом семантических отношений между фрагментами этих реалий можно выделить две основные группы сложносокращенных слов:

- 1) неологизмы, общее значение которых равно сумме значений их компонентов: *camcoder, Japlish, zootel*;
- 2) неологизмы, общее значение которых не равно сумме значений компонентов, хотя и складывается на их основе. Новое значение является более сложным, оно шире суммы значений компонентов сложносокращенного слова и содержит дополнительную информацию о номинируемом объекте: *meritocracy* – меритократия – *a social system that gives opportunities and advantages to people on the basis of their ability rather than, for example, wealth or seniority*, *intrapreneur* – *an employee with a flair for innovation*

and risk-taking who is given unusual freedom to develop products or subsidiary businesses within a company.

Особенно наглядно действие формально-операционной аналогии проявляется при использовании усеченных (начальных или финальных) элементов сложносокращенных слов для серийного производства новых лексических единиц. Анализ неологизмов с точки зрения парадигматической аналогии (аналогия, действующая в направлении создания серийных лексических единиц) позволяет выделить целую группу формантов, которые явились результатом действия формально-операционной аналогии по вышеупомянутым моделям образования сложносокращенных слов, а сами форманты приобрели статус структурных словообразовательных элементов с определенной функцией и семантикой. Продуктивность того или иного форманта регистрируется словарями новых слов, которые содержат специальные словарные статьи, раскрывающие семантику и структурные модели слов, в состав которых входит этот формант. По данным словарей новых слов, наиболее продуктивными формантами в последние три десятилетия явились: **-aholic, -athon; -bot; -burger; -cide**); **gate; -nomics; -speak; -scam; -ware, dino-; docu-; eco-; petro-; info-; cyber-**. Форманты могут закрепляться за определенными функциональными сферами или типовыми речевыми ситуациями. Например, слова с формантом **-athon** в американском английском часто употребляются в ситуациях, связанных со сбором благотворительных средств (*fund-raisers*), а лексические единицы с формантом **-bot** обслуживают производственно-техническую сферу.

Формализация фрагмента или осколка слова происходит на основе того, что концепт, вербализуемый словом, а затем и его фрагментом, становится в определенный момент актуальным, востребованным в обществе, выполняя, таким образом, номинативную или экспрессивную функцию. Так, например, всплеск интереса к жанру документалистики в СМИ в середине 80-х гг. привел к морфологизации форманта **docu-** в английском языке и образованию целой серии неологизмов, обозначающих разновидности

этого жанра (*docuhistory* – a work that combines historical fact with the imagination of the author; *documusical* – a program with songs and dramatic re-creations; *docusoap* – a docudrama in the manner of a soap opera и т. п.). Морфологизация форманта *-gate*, широко цитируемого в лингвистической литературе [5, 6], сопровождалась кодированием прагматического компонента в импликационале дериватов с этим формантом – отрицательная оценка события или ситуации, обозначенной новой лексемой (*Monicagate* – a political sex scandal emerging from a sexual relationship between United States President Bill Clinton and a White House intern, Monica Lewinsky). На интернет-порталах новой лексики английского языка зарегистрированы лексемы с продуктивным формантом *Mc-* (от суф. *McDonald's*). Как известно, данный формант широко используется в торговых марках компании *McDonald's* (*McFamily*, *McNuggets*, *McFlurry*). Однако в начале 90-х гг. у форманта появляются негативные коннотации под влиянием авторского неологизма Д. Капланда *McJob* – *a low-pay, low-prestige, low-dignity, low-benefit, no-future job in the service sector. Frequently considered a satisfying career choice by people who have never held one*. В молодежной среде популярен неологизм *McPaper* – *paper written in a slapdash manner and at the last minute*. Интересно отметить, что при переносе этого форманта в британский вариант английского языка у него появляются саркастические, уничижительные коннотации (*McPolicy* – *a policy which is mainly cosmetic*, *McTheatre* – *hyped-up big-budget musicals that are low on musical and artistic quality*, *McLibel* – *a British court action for libel*, *McMansion* *a large, opulent new house which does not fit in with its surroundings*). Как видно из приведенных примеров, новые языковые единицы выполняют эмоционально-оценочную функцию и являются маркерами эмоционально-отрицательных интенций говорящего.

Таким образом, телескопия как активный словообразовательный способ в современном английском языке обладает высоким номинативным и прагматическим потенциалом, а сложносокращенные слова способны выполнять номинативную, компрессив-

ную, экспрессивную, стилистическую функции в процессе вербализации новых концептов.

Библиографический список

1. Гуральник Т.А. Лингвистические маркеры социокультурного пространства (на материале неологизмов американского варианта английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006. 201 с.
2. Lipka Leonard. English Lexicology: lexical structure, word semantics, and word-formation. Tübingen. 2002. P. 245.
3. Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности. М.: Наука, 1986.
4. Синкевич Е.Н. Телескопия как частный случай проявления закона аналогии // Коннотативные аспекты семантики в немецкой лексике и фразеологии. Калинин, 1987. С. 114–119.
5. Lehrer Adriene. Understanding trendy neologisms // Rivista di Linguistica. 2003. V. 15. Part 2. P. 371–384.
6. Lazerson Barbara Hunt. Patterned Words and Phrases // Verbatim. 1986. Vol. Winter. P. 4–6.
7. Винокуров А.М. Новообразования и неологизмы морфологического типа в современном английском языке // Языковая динамика в синхронии и диахронии: сб. науч. тр. Тверь, 1993. С. 10–17.

Источники фактического материала

1. New Words in OALD. URL: http://www.oup.com/elt/catalogue/teachersites/oald7/about_OALD/new_words_2?cc=global.
2. Buzzwords A-Z. URL: <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/AtoZ.html>.
3. Worldwidewords. Turns of Phrase. URL: <http://www.worldwidewords.org/turnsofphrase/index.htm>.