

Ряд прозвищ Д. Трампа содержит аллюзивные компоненты, которые указывают на диктаторов разных времен, например: *American Caesar*, *American Mussolini*, *Cheeto Führer*, *Cheeto Benito*, *Mango Mussolini*, *Orange Caligula*, *Orange Caesar*, *Orange Mussolini*, *Two-Bit Caesar* (*two-bit* – ‘никудышный, ничего не стоящий’).

Итак, номинативная вариативность прозвищ Д. Трампа обусловлена разнообразием качеств и параметров объекта наименования, которые берутся за основу носителями американского варианта английского языка для создания характеризующих номинаций личности действующего президента. Лексико-семантический анализ прозвищ Д. Трампа показал, что они создают преимущественно негативный «портрет» президента, и основываются на ироничной или саркастичной характеристике его внешности, поведения, идеологии, внутренней и внешней политики. Этимология прозвищ является прозрачной для носителей языка, поскольку связана с социокультурными реалиями их жизни.

С. М. Еникеева (ЗНУ, Запорожье, Украина)

ФЕНОМЕН РЕНОМИНАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Процесс познания человеком тесно связан с его номинативной деятельностью, поскольку для того, чтобы сделать полученные знания известными другим представителям социума, необходимо закрепить инновационную информацию в коллективном сознании с помощью определенных наименований. При создании нового языкового знака могут альтернативно применяться различные средства номинации в соответствии с характером и свойствами объекта наименования, особенностями языковой картины мира, свойственной языковому коллективу, а также возможностями языковой системы.

В процессе когниции носители языка не только открывают для себя новые объекты бытия, но и углубляют свои знания о привычных предметах, пересматривают понимание сущности известных реалий, что также создает необходимость формирования новых или модификации существующих языковых знаков для отражения обнаруженных новых особенностей традиционных конститuentов картины мира.

Одним из важнейших социальных факторов, опреляющих ход развития современного английского языка, и прежде всего его лексической системы, стала информационная революция. Существование «параллельной» виртуальной реальности вызвало необходимость создания соответствующей языковой картины мира, отражающей образы виртуального бытия. При создании новых номинативных единиц носители языка использовали имеющийся потенциал языковой системы, формируя новые лингвальные знаки либо модифицируя форму или значение уже существующих единиц.

Так, в результате возникновения и распространения электронных книг на базе слова *book* была создана номинативная фразама *electronic book*, а затем и лексема *e-book*. Однако со временем носители языка ощутили

необходимость в дифференциации электронных и традиционных книг, что стало причиной переименования исконной реалии, обозначаемой словом *book*, на *paper book*, а позже – *p-book*. Таким образом была осуществлена **реноминация** – переименование известного объекта с целью его дифференциации на фоне неоминации новой реалии. Неологизмы, созданные для наименования давно известных предметов и явлений ввиду возникновения их новых разновидностей и необходимости чёткого разграничения старых и новых объектов, получили название **ретронимы**.

Например, в американском варианте английского языка для номинации электронной почты сначала был создан неологизм *e-mail* (от *electronic mail*), а позже *voice-mail* ‘голосовая почта’, *video-mail* ‘видеопочта’. Быстрое распространение нового вида связи привело к тому, что исходный сигнификат *mail* стал больше ассоциироваться с электронной почтой, нежели с обычной, поэтому для наименования традиционной почты были созданы ретронимы *hard-mail* (указывающий на её «материальность») и *snail-mail* (метафорично актуализирующий свойственную обычной почте медлительность). Примечательно, что вербализатор исходного сигнификата (в рассматриваемом случае – *mail*), как правило, выступает в качестве гиперонима относительно неоминаций (*electronic mail, e-mail, voice-mail, video-mail*) и ретронимов (*hard-mail, snail-mail*).

Развитие электронной торговли способствовало возникновению и быстрой узуализации таких номинативных единиц, как *e-commerce* и *e-sales*, что впоследствии стало причиной создания фраземы *face-to-face sales* для реноминации обычной торговли. Электронная торговля осуществляется через Интернет-магазины, для номинации которых была создана серия синонимичных единиц: *cybermall, cybershop, e-mall, electronic shop, e-partment, e-store, virtual store*. Путем реноминации для обозначения обычных торговых центров был создан ретроним *stores with doors*.

Для осуществления банковских и торговых операций были введены так называемые «электронные деньги», для номинации которых была создана целая серия неологизмов: *cybercash, cybercurrency, cybermoney, digital money, e-cash, electronic currency, electronic money, e-money, virtual money*. Для дифференциации электронных денег и обычных наличных денежных средств, традиционно представленных банкнотами и монетами, были созданы ретронимы *physical money, traditional currency, traditional money*.

Фирмы, осуществляющие свою коммерческую деятельность только через Интернет, в английском языке обрели такие формы вербализации, как *dot-com, dot-net, online company, Internet firm*. В противовес этим неологизмам путём замены первого компонента фраземы *online company* на слово с антонимичным значением был создан ретроним *offline company*, который обозначает традиционную компанию, деловое предприятие, фирму.

Итак, одним из путей обогащения словарного состава современного английского языка служит реноминация – процесс повторной номинации «старых» понятий. Неологизмы-ретронимы, созданные в результате реноминации, служат для дифференциации сигнификатов реального и виртуального

миров, уточнения традиционных понятий, обновления знаний о реальном мире путем переоценки значимости его конститuentов. Модификация экспонента языкового знака осуществляется главным образом путем прибавления к исходному исконному вербализатору лексических или словообразовательных элементов, подчеркивающих его традиционность в противовес современным особенностям инновационных референтов. Исходная лексическая единица, служащая основой для формирования неонаминаций и ретронимов, выступает в качестве гиперонима относительно созданных на его основе неологизмов.

А. Н. Ерёмин (КГУ, Калуга, Россия)

МОРФОЛОГИЧЕСКИЙ РОД ИМЕН И БИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОЛ ЛИЦ (ВАРИАНТЫ КОРРЕЛЯЦИИ)

1. Морфологический род:

- а) мужской (*летчик, сват, Алексей, Лизок* [неполная падежная парадигма], *родитель, скот*);
- б) женский (*модистка, сноха, Нинель, Варя, Никита, Женя, адвокатшица, мразь, скотина, женоубийца, мужеубийца, самоубийца*);
- в) средний (*брехло, мурло*);
- г) нулевой морфологический род (*денди, леди, визави*).

Существительные мужского и среднего рода изменяются по одной парадигме, женского рода – по двум. В силу этого формально в количественном отношении доминирует и представлен более разнообразным набором экспонентов женский биологический пол.

Собственно маскулинных суффиксов – 3: два типа, связанных с семантикой корневой морфемы **-ович/-евич**: в словах типа *Михайлович / Михалыч, Иванович / Иваныч* и в словах типа *королевич, княжич*.

Кроме того, в словах типа *генералиссимус* можно видеть маркированный по полу суффикс **-иссимус-**, (*женщин-генералиссимусов* история не знала).

Суффиксов со значением женскости больше – 9: **-к, -иц, -ниц, -их, -и, -й, -ин, -есс, -н**.

2. Биологический пол:

- а) мужской (*брат, Сергей, Данила, Ваня, негодяй, генералиссимус, Петрович, подлец, ухажер*);
- б) женский (*модистка, Надежда, Маша, Адель, Верунчик, поклонница, арфистка, французженка, добытчица, генеральша, поэтесса, ухажерка, мисс*);
- в) мужской или женский (*инженер, староста, чудила, чушка*);
- г) мужской и/или женский (*родители, пьяницы*).

3. Соотнесенность с биологическим полом может реализовываться в следующих вариантах.

1. При номинативном нарицательном непарном имени лица морфологический род соотносится: а) только с обозначениями лиц мужского пола: *воин, генералиссимус, дальнобойщик*; б) с обозначениями лиц мужского и женского пола: *пилот, шофер, боец* и т. д.