

ЛИТЕРАТУРА

1. *Койт, Э. М.* Понятие коммуникативной стратегии в модели общения / Э. М. Койт, Х. Я. Ыйм. // Уч. зап. Тарт. ун-та. Психологические проблемы познания действительности. – Тарту, 1988. – Вып. 793. – С. 97–111.
2. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.
3. *Звегинцев, В. А.* Очерки по общему языкознанию / В. А. Звегинцев. – М. : Либроком, 2009. – 383 с.
4. *Дейк, Т. А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – Благовещенск: Изд-во БГК им. И. А. Бодуэна де Куртене, 2000. – 308 с.
5. *Брокмейер, Й.* Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы / Й. Брокмейер, Р. Харре. // Вопросы философии, 2000. – No 3. – С. 29–42.
6. *Шейгал, Е. И.* Театральность политического дискурса / Е. И. Шейгал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics1/sheygal-00.htm>. – Дата доступа : 11.10.2019.
7. *Абраменко, А. В.* Сетевая структура «governance» как способ симметричной политической коммуникации / А. В. Абраменко, Т. А. Подшибякина. // Человек. Сообщество. Управление. – 2014. – № 4. – С. 75–87.
8. *Шейгал, Е. И.* Многоликий нарратив / Е. И. Шейгал. // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2007. – Вып. (2) 22. – С. 86–93.

The article considers the issue of narration in the political institutionalized discourse. It identifies three types of narrative strategies – ideological, event-related and personal – and describes pragmatic variables that define the choice of a particular narrative strategy.

Поступила в редакцию 17.02.2020

А. В. Ломовая

СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВЫХ ДЕНОМИНАТИВНЫХ ГЛАГОЛОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В статье рассматривается специфика образования отыменных конверсионных глаголов в современном английском языке. Выявляются новейшие тенденции производства глаголов-неологизмов: словообразовательные (структурные), семантические и синтаксические. Уточняется влияние экстралингвистических и лингвистических факторов на формирование семантики таких глаголов. Отмечается экспрессивно-стилистическая (передача положительных и отрицательных коннотаций, образности, юмора и иронии) и прагматическая (привлечение внимания читателей к заголовкам статей) функции деноминативных глаголов-неологизмов в публицистических текстах.

Неология как направление лексических исследований языка пользуется неизменной популярностью среди лингвистов, при этом в фокусе внимания оказываются не только семантические, но также психолингвистические,

социальные, прагматические и другие аспекты [1, с. 78]. Неизменной проблемой, с которой сталкивается исследователь инноваций в языке, является очерчивание границ объекта анализа – *неологизма* (см. полемику по данному вопросу [2, с. 73–74]). Наша статья посвящена рассмотрению общих семантических и синтаксических тенденций, характерных для новых английских глаголов, образованных путем конверсии как от существительных, так и от сложных основ с именным компонентом (а также усечений и аббревиатур). В связи с этим будет использовано наиболее широкое определение спорного термина: *неологизмы* – это «слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз (оказиональные слова) в каком-либо тексте или акте речи» [3, с. 331].

Материалом для исследования послужили 50 глаголов, отобранных из англоязычного онлайн-словаря неологизмов «Word Spy» [4]. Данный словарь представляется нам весьма перспективным в связи с его регулярной пополняемостью и разнообразием представленной лингвистической и экстралингвистической информации, благодаря чему этот ресурс активно используется в современных неологических исследованиях (например, [5; 6]). Согласно словарю «Word Spy», деноминативные глаголы обозначаются как *verbed nouns* и относятся к периоду с 1982 по 2016 гг. (в словарной статье указывается год и контекст появления лексической единицы в англоязычной прессе, а также приведены примеры ее употребления в последующие годы) [7]. Выборка включает следующие глаголы: *to Alt-Tab, to Amazon, to background, to bench, to betamax, to blackhole, to Bork, to breadcrumb, to celeb, to chip, to Ctrl-Alt-Delete, to Dell, to dilbert, to dipstick, to DMCA, to door, to fauxtoshop, to friend, to gator, to ghost, to google, to ICE, to kettle, to kitchen-sink, to kneecap, to Lance, to MacGyver, to mousetrap, to Nasdaq, to peanut-butter, to phone-bin, to pie, to pope, to quad, to salmon, to screenshot, to sealion, to showroom, to skull, to storyline, to street, to swat, to text, to theme-park, to Thomas, to underbus, to vape, to VoIP, to webroom, to whitelist*.

Необходимо отметить, что некоторые из приведенных выше глаголов выступали в словарной статье в форме герундия или причастия настоящего времени, тем не менее, они были добавлены в выборку в тех случаях, когда приведенные в качестве иллюстрации контексты отражали либо указывали на потенциальное употребление таких глаголов в личной форме.

Анализ дефиниций и предложений с данными глаголами позволил выделить ряд тенденций, характерных для глагольной деривации современного английского языка: *словообразовательные, семантические, синтаксические*.

Словообразовательные тенденции. Отыменное глагольное словопроизводство всегда было наиболее продуктивной моделью конверсии (или нулевой деривации), однако в настоящее время наблюдается большее разнообразие деривационных основ. В результате анализа деноминативных глаголов-неологизмов были выявлены следующие структурные типы деривационных основ:

1. Непроизводные основы составляют 42 % от общего числа глаголов-неологизмов и представлены двумя видами имен:

а) имена нарицательные (22 %) обозначают материальные объекты, одушевленные и неодушевленные: *bench* ‘скамья’¹, *door* ‘дверь’, *friend* ‘друг’, *ghost* ‘призрак’, *kettle* ‘чайник’, *pie* ‘пирог’, *pope* ‘папа римский’, *salmon* ‘лосось’, *skull* ‘череп’, *street* ‘улица’, *text* ‘текстовое сообщение’.

б) имена собственные (20 %) включают имена знаменитостей и вымышленных персонажей, названия компаний и их продукции (примечательно, что отыменные глаголы встречаются в вариативном написании – как с прописной буквы, так и со строчной): *Amazon* (компания), *Betamax* (видеокассета), *Bork* (Роберт Борк, американский юрист, и. о. Генерального прокурора США), *Dell* (компьютерная компания), *Dilbert* (Дилберт, главный герой одноименной серии комиксов), *Gator* (компьютерная программа), *Google* (поисковая система и компания), *Lance* (Лэнс Басс, американский певец и актер), *MacGyver* (Ангус МакГайвер, секретный агент из одноименного телесериала), *Thomas* (Кларенс Томас, американский юрист, судья Верховного суда США).

2. Производные основы составляют 58 % от общего числа глаголов-неологизмов и образованы следующими способами:

а) словосложение, иногда в сочетании с различного вида сокращениями (36 %): *Alt-Tab* (*Alt* ‘alternate’ + *Tab* ‘tabulator’) ‘сочетание клавиш Alt и Tab’, *background* (*back* + *ground*) ‘задний план’, *blackhole* (*black* + *hole*) ‘черная дыра’, *breadcrumb* (*bread* + *crumb*) ‘хлебная крошка’, *Ctrl-Alt-Delete* (*Ctrl* ‘control’ + *Alt* ‘alternate’ + *Delete*) ‘сочетание клавиш Ctrl, Alt и Delete’, *dipstick* (*dip* + *stick*) ‘щуп двигателя’, *kitchen-sink* (*kitchen* + *sink*) ‘кухонная раковина’, *kneecap* (*knee* + *cap*) ‘коленная чашка’, *mousetrap* (*mouse* + *trap*) ‘мышеловка’, *peanut-butter* (*peanut* + *butter*) ‘арахисовое масло’, *phone-bin* (*phone* + усеченное слово *binoculars*) ‘съемка на телефон через бинокль’, *screenshot* (*screen* + *shot*) ‘снимок экрана’, *sealion* (*sea* + *lion*) ‘морской лев’, *showroom* (*show* + *room*) ‘демонстрационный зал’, *storyline* (*story* + *line*) ‘сюжетная линия’, *theme-park* (*theme* + *park*) ‘тематический парк’, *underbus* (*under* + *bus*) – сокращение от фразы *throw under the bus* ‘бросить под автобус’, *whitelist* (*white* + *list*) ‘белый список’;

б) усечение (8 %): *celeb* – сокращение от *celebrity* ‘знаменитость’, *chip* – сокращение от *microchip* ‘микрочип’, *quad* – сокращение от *quadricycle* ‘квадроцикл’, *vape* – сокращение от *vapour* ‘испарение, пар’;

в) телескопия (4 %): *fauxtoshop* – слияние слов *faux* ‘фальшивый’ и *Photoshop* ‘графический редактор Photoshop’, *webroom* – слияние слов *web* ‘сеть’ и *showroom* ‘демонстрационный зал’;

г) аббревиация (10%): *DMCA* – инициальное сокращение от *Digital Millennium Copyright Act* ‘Закон об авторском праве в цифровую эпоху’, *ICE* – инициальное сокращение от *internal combustion engine* ‘двигатель’

¹ Здесь и далее перевод слов, дефиниций и предложений с английского языка на русский наш – А. Л.

внутреннего сгорания», *Nasdaq* – инициальное сокращение от *National Association of Securities Dealers Automated Quotations* ‘Служба автоматизированных котировок Национальной ассоциации дилеров по ценным бумагам’, *VoIP* – инициальное сокращение от *Voice over Internet Protocol* ‘телефонная связь по протоколу IP’, *SWAT* – инициальное сокращение от *Special Weapons And Tactics* ‘специальное оружие и тактика’.

Согласно приведенным данным, наблюдается рост продуктивности конверсионного словопроизводства от сложных и сокращенных основ (иногда в сочетании), что согласуется с принципом экономии в языке, так как такой способ позволяет совместить в одной языковой единице несколько смыслов либо сделать производящую основу двухсложной или односложной. Примечательно, что фонетическая оболочка непроемких основ также состоит по большей части из одного или двух слогов (реже – трех).

Семантические тенденции. Говоря о причинах появления новых лексических единиц в английском языке, исследователи отмечают ключевую роль таких факторов, как научно-технический прогресс и глобализация, не отрицая также влияния закона языковой аналогии [8, с. 379; 9, с. 54]. Наше исследование не только подтвердило данные выводы, но и позволило конкретизировать ряд условий формирования семантики глаголов-неологизмов:

1. Экстралингвистические факторы включают следующие явления:

а) развитие информационных технологий и рост их социальной значимости: *to Alt-Tab* ‘переключиться с одной компьютерной программы на другую’, *to fauxtoshop* ‘подделать фотографию при помощи графического редактора Photoshop или сходной программы’;

б) события, имеющие политический и общественный резонанс: *to Bork* ‘осуществлять агрессивные и злонамеренные выпады в сторону политического оппонента’, *to Lance* ‘вынудить знаменитость признаться в нетрадиционной сексуальной ориентации’;

в) экономические процессы, особенно связанные с конкурентной борьбой: *to Amazon* ‘потеснить на рынке более успешного конкурента за счет создания торговой площадки в Интернете’, *to gator* ‘показывать сайт своей компании при посещении пользователем сайта конкурентов’;

г) возникновение новых форм поведения людей (в основном, отрицательных): *to background* ‘исподтишка заниматься одним делом, когда обязанности требуют заниматься другим’, *to door* ‘сбить велосипедиста, неожиданно открыв дверь автомобиля в сторону велодорожки’.

2. Лингвистические факторы представлены следующими классическими способами расширения лексического состава языка:

а) аналогия: *to webroom* ‘использовать интернет для изучения товара, чтобы потом купить его в магазине розничной торговли’ – образовано по аналогии с более ранним неологизмом *to showroom* ‘использовать магазин розничной торговли, чтобы изучить товар и впоследствии приобрести его в интернет-магазине’;

б) метонимия: *to friend* ‘в соцсетях: добавить человека в список друзей’, *to skull* ‘испортить афишу или рекламный щит, нарисовав череп вместо головы’;

в) метафора: *to bench* ‘встречаться с кем-либо время от времени, пока вы решаете, нужны ли вам серьезные отношения’ (переосмысление спортивной метафоры *to bench someone* ‘отправить на скамью запасных’), *to salmon* ‘ехать на велосипеде по встречной полосе’ (образное сравнение с лососем, который перед нерестом движется против течения реки);

г) акронимия (т.е. образование аббревиатур, которые произносятся как единое слово): *to ICE* ‘припарковать автомобиль с двигателем внутреннего сгорания на месте для зарядки электромобиля’, *to SWAT* ‘позвонить в полицию и предоставить ложную информацию, в результате чего спецподразделение полиции штурмует дом жертвы розыгрыша’.

Важно отметить, что перечисленные выше внеязыковые и языковые параметры действуют не обособленно, а в тесной связке. Тем не менее, наблюдается возрастание роли экстралингвистических факторов: значение большинства глаголов-неологизмов может быть непонятно читателю, даже при наличии макроконтекста, поэтому авторы нередко включают пояснения в текст статьи: *A 2010 report found that 200 individuals in Virginia who were psychotic and either dangerous or incapable of caring for themselves were **streeted** – slang coined by emergency room doctors for when hospitals knowingly put a psychotic patient on the sidewalk* ‘Согласно отчету за 2010 год, в штате Вирджиния 200 человек с психическими заболеваниями, которые либо опасны, либо неспособны позаботиться о себе, были **отправлены на улицу** – это сленговое слово, изобретенное врачами из приемного покоя для описания ситуации, когда больница намеренно избавляется от психически больного пациента’ [7].

Синтаксические тенденции. Основной характеристикой реализованного в предложении глагола является валентность, т.е. количество и качество присоединяемых предикатом аргументов. Что касается количественного параметра, рассмотренные неологизмы выступают как *одновалентные* (20 %) либо *двухвалентные* предикаты (80 %).

Одновалентное употребление характерно для глаголов *перемещения, смены состояния* либо *результата*, например:

*We’re asking individuals, as they **are quadding**, to check their vehicles and keep them clean and clear of debris* ‘Мы просим всех, кто **катается на квадроциклах**, следить за транспортом и поддерживать его в чистом виде’ [7] – предикат *to quad* ‘кататься на квадроцикле’ передает значение перемещения субъекта;

*He very nearly **poped** while at Oxford, but was prevented by his mother* ‘Он почти решился **перейти в католичество** во время учебы в Оксфорде, но его мать помешала этому’ [7] – предикат *to pope* ‘перейти в католичество’ передает значение смены состояния субъекта.

Традиционно, двухвалентное употребление оказалось наиболее частотным, причем большинство предикатов обозначают *физическое* или *психическое воздействие*, зачастую агрессивное, на одушевленные и неодушевленные объекты. При этом мотивирующее имя отражает либо средство (инструмент), либо характер такого воздействия:

*“Live free or **pie**,” quips Pike, who recently **pi**ed a visiting University of New Hampshire lecturer, then called him a “Nazi doctor” before a stunned academic audience* ‘«Живи свободно или **получи пирогом в лицо**¹», – едко сострил Пайк, который недавно **бросил пирогом** в приглашенного лектора в Университете Нью-Гэмпшира, а после назвал его «нацистским врачом» на глазах у потрясенной аудитории» [7] – предикат *to pie* ‘бросить пирог кому-либо в лицо’ передает значение физического воздействия на субъекта;

*Moreover, the veiled threat here is truly odious: appoint someone we like, or prepare to **be Borked and Thomased** once again* ‘Более того, скрытая здесь угроза является совершенно отвратительной: назначьте на должность того, кого мы хотим, или приготовьтесь к тому, что ваш кандидат **подвергнется агрессивной политической атаке** либо **будет обвинен в сексуальных домогательствах**’ [7] – предикаты *to Bork* ‘осуществлять агрессивные и злонамеренные выпады в сторону политического оппонента’ и *to Thomas* ‘обвинять в сексуальных домогательствах’ передают значение психического воздействия на субъекта.

Благодаря имплицитным позитивным и негативным коннотациям, глаголы-неологизмы способны выполнять *стилистические функции* (эмоциональность, образность, юмор, ирония и др.), именно поэтому они часто используются в заголовках статей:

***Ctrl-Alt-Delete** Those Holiday Trinkets* ‘**Избавьтесь** от подаренных на праздник безделушек’ [7] – предикат *to Ctrl-Alt-Delete* ‘поменять, начать с нуля’ образно передает идею о том, что избавиться от лишнего можно так же просто, как перезагрузить компьютер;

Exes Explain Ghosting ‘Бывшие объясняют, почему они **исчезают**’ [7] – предикат *to ghost* ‘разрывать отношения, постепенно уменьшая количество контактов’ сравнивает человека, который идет на разрыв отношений, с исчезающим, тающим на глазах, призраком.

Ирония и юмористический эффект создаются за счет использования глаголов-неологизмов в *каламбурах* (как в представленном выше примере с глаголом *to pie*) и *аллюзиях* на известные цитаты либо идиомы:

*None of this will be easy, but in today’s world our choice is whether **to Dell**, or **be Delled*** ‘Ни один из этих способов не будет простым, но в современном мире у нас нет выбора: или мы **вытесним конкурентов с рынка**, или они

¹ Непереводимая игра слов: *Live Free or Die* ‘Живи свободным или умри’ – это официальный девиз штата Нью-Гэмпшир. Каламбур основан на фонетическом сходстве слов *die* ‘умереть’ и *pie* ‘пирог’.

вытеснят нас' [7] – предикат *to Dell* 'вытеснить конкурентов с рынка при помощи продаж напрямую покупателям, без посредника' использован вместо основного глагола в популярной поговорке *kill or be killed* 'убей или умри'.

Таким образом, можно утверждать, что современное конверсионное отыменное словообразование характеризуется рядом особенностей. С точки зрения деривационных структур, наблюдается тенденция к образованию глаголов от односложных и двусложных производных основ, которые, в свою очередь, обладают развернутой семантикой за счет словосложения, телескопии либо аббревиации (среди последних не последнюю роль играют акронимы, которые произносятся, как слова). Что касается непроемных основ, то возрастает роль контекста и экстралингвистических факторов, знание которых необходимо для адекватного понимания неологизма даже при наличии развернутого контекста. При реализации в высказывании, предпочтение отдается двухвалентному употреблению, которое не только актуализирует семантику воздействия на одушевленный либо неодушевленный объект, но и выполняет экспрессивно-стилистическую функцию, в связи с чем деноминативные глаголы-неологизмы активно используются в заголовках статей, каламбурах и аллюзиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Юйсинь, Б. Основные достижения и актуальные проблемы неологии / Б. Юйсинь // Вестн. Калмыц. ун-та. – 2016. – № 2 (30). – С. 78–85.
2. Шалина, Л. В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике / Л. В. Шалина // Известия Пензен. гос. пед. ун-та им. В. Г. Белинского. – 2007. – № 4 (8). – С. 73–77.
3. Котелова, Н. З. Неологизмы / Н. З. Котелова // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – С. 331.
4. Word Spy. The Word Lover's Guide to New Words [Electronic resource]. – Logophilia Limited, 2019. – Mode of access : <https://www.wordspy.com/>. – Date of access : 11.12.2019.
5. Иванова, Н. К. Новая английская лексика из сферы «образование»: опыт изучения и классификации (по материалам электронного словаря новых слов Word Spy) / Н. К. Иванова // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2013. – № 2. – С. 106–113.
6. Катермина, В. В. Имя собственное в различных типах дискурса (на материале английских неологизмов) / В. В. Катермина // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер. Гуманитарные и социальные науки. – 2018. – № 3. – С. 83–89.
7. Verbed Nouns [Electronic resource] // Word Spy. The Word Lover's Guide to New Words. – Logophilia Limited, 2019. – Mode of access : <https://www.wordspy.com/index.php?tag=verbed-nouns>. – Date of access : 11.12.2019.

8. Каменева, Н. А. Образование неологизмов в англоязычной компьютерной терминологии / Н. А. Каменева // Мир науки, культуры, образования. – 2019. – № 1 (74). – С. 378–380.

9. Калинина, В. В. Образование новых фразовых глаголов в современном английском языке / В. В. Калинина, Ж. Г. Сонголова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12, вып. 4. – С. 51–55.

The article studies the peculiar features of newly coined English denominal verbs. It is argued that semantic and syntactic characteristics of such verbs are strongly influenced by extralinguistic factors, which adds to the expressiveness and emotivity of the sentence and the text.

Поступила в редакцию 28.01.2020

Ю. В. Овсейчик

ДИНАМИКА УПОТРЕБИТЕЛЬНОСТИ СОЧИНИТЕЛЬНЫХ СОЮЗОВ В ДИАХРОНИИ

В статье представлен анализ количественных показателей употребительности сочинительных союзов французского языка в диахроническом аспекте на материале контекстов IX–XXI вв., взятых из Национального корпуса французского языка Frantext. Определены абсолютная частотность и относительная частотность употреблений сочинительных союзов в ходе эволюции французского языка. Выявлена общая тенденция к снижению количества их употреблений в современном французском языке. Описана динамика употребительности каждого из них в диахронии. Актуальность работы обусловлена необходимостью расширения и углубления лингвистических исследований служебных слов в рамках современной научной парадигмы. Сделанные выводы будут использованы для проведения дальнейших исследований.

Сочинительные союзы относятся к наиболее частотным словам в каждом языке, устанавливая связь между предметами, явлениями, действиями, состояниями на основании *соединительных, разделительных, противительных, темпоральных, причинно-следственных, уступительных, компаративных, разъяснительных* и других отношений [1].

Традиционно во французской грамматике классифицируют сочинительные союзы по характеру выражаемых ими отношений по следующим группам: соединительные (копулятивные) ‘copulative’ (*et* ‘и’, *ni* ‘ни’), обозначающие одновременность и соединение [2, p. 326, § 272]: *Cependant la nuit tombait et il devenait sombre* ‘Ночь опускалась, и становилось темно’; *Quel jour choisir? Ni le mercredi, ni le samedi, ni le dimanche, en tout cas* ‘Какой день выбрать? Ни среда, ни суббота, ни воскресенье, в любом случае’; разделительные ‘disjonctive’ (*ou* ‘или’), обозначающие выбор: *Je ferais une tarte ou un gâteau* ‘Я испекла бы торт или пирог’; противительные ‘adversative’ (*mais* ‘но’), выражающие противопоставление: *Il est riche, mais impuissant* ‘Он богат, но бессилён’; каузальные ‘causale’ (*car* ‘ибо’, ‘так как’): *Je prends mon pull-over, car la météo a annoncé du froid* ‘Я возьму свитер, так как передали похолодание’; последовательные ‘consécutive’