

ЛИТЕРАТУРА

1. *Князев, Н. А.* Проблема причинности в философии : Концепция двух уровней : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 10.02.01 / Н. А. Князев. – М., 1993. – 40 с.
2. *Кривоносов, А. Т.* Язык, логика, мышление. Умозаключение в естественном языке / А. Т. Князев. – М.; Н.-Й. : Валанг, 1996. – 682 с.
3. *Гулыга, Е. В.* Грамматико-лексические поля в современном немецком языке / Е. В. Гулыга, Е. И. Шендельс. – М. : Просвещение, 1969. – 184 с.
4. *Buscha, J.* Grammatik in Feldern: Ein Lehr- und Übungsbuch für Fortgeschrittene / J. Buscha. – München : Verlag für Deutsch, 1998. – 336 S.

The study of different-level means of expressing cause-and-effect relations in German made it possible to establish the regularities in the distribution of all means used for expressing the category of causality in fictional and journalistic texts. The frequency of grammatical means of expressing a cause is primarily associated with their communicative significance, so the most frequent grammatical means are those with the help of which the speaker places the reason in the position of the rheme in the sentence. Besides the neutrality of certain means, their possibility of wide combinability with other linguistic means is significant for their greater use.

Поступила в редакцию 01.12.2020

Ю. А. Король

О СЕМАНТИКЕ АНГЛИЙСКИХ ГЛАГОЛЬНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ ПОСЛЕДНИХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ

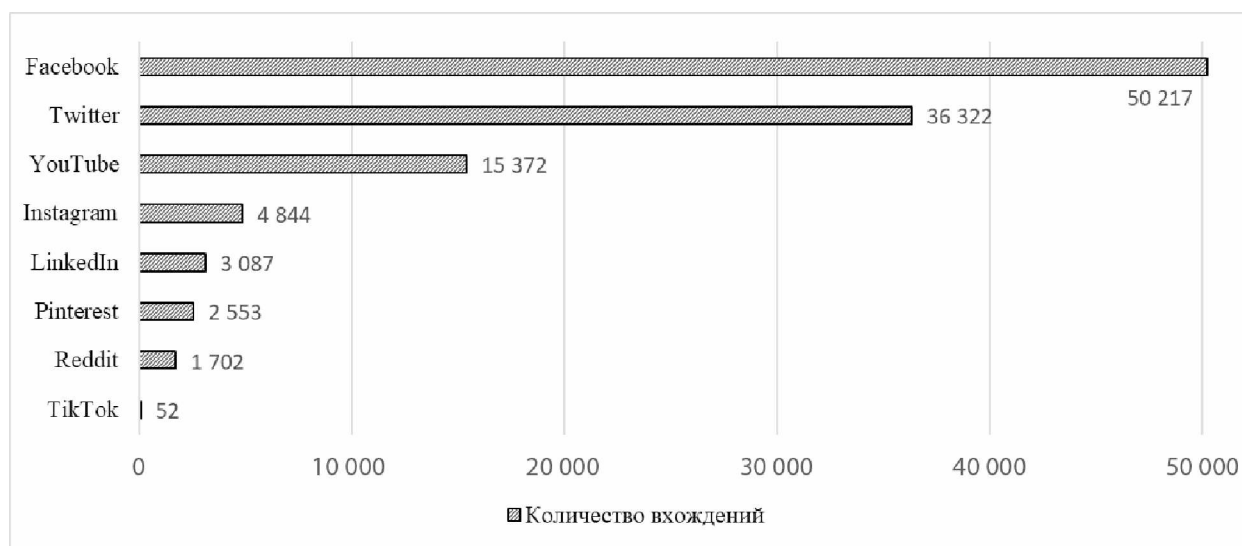
(на материале глаголов, образованных от наименований социальных сетей)

В статье рассматриваются особенности семантики английских глагольных неологизмов, образованных по конверсии от наименований популярных социальных сетей. Делается вывод о том, что новые отсубстантивные глаголы вписываются в известные модели типовых семантических отношений между производящей базой и производным словом. Общее для всех анализируемых глаголов словообразовательное значение модифицируется и конкретизируется в речевой практике, высвечивая наиболее значимые функциональные характеристики обозначаемых мотивирующим словом социальных сетей. Анализ контекстных употреблений шести глагольных неологизмов позволяет прогнозировать будущие пути их лексикализации и идиоматизации.

Важнейшим фактором обогащения лексической системы английского языка новыми единицами является неуклонное развитие сферы информационных технологий, в частности интернет-медиа. Одним из таких триггеров стало появление в 1996 г. первой виртуальной социальной сети Classmates.com и последующий стремительный рост популярности социальных платформ в 2003–2004 гг., когда в США были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook.

В январе 2019 г. международное агентство «We Are Social» опубликовало отчет по итогам исследования в области интернет-коммуникации, содержащий рейтинг наиболее популярных социальных сетей по количеству пользователей [1]. При составлении списка использовались данные о количестве активных профилей для каждой платформы по состоянию на 25 января 2019 года. Согласно подсчетам лидирующие позиции занимают Facebook (2, 2 млрд пользователей), YouTube (1,9 млрд пользователей) и Instagram (1 млрд пользователей).

Популярность социально-сетевых ресурсов находит отражение в речевой практике в активном использовании их названий и, как следствие, в формировании на их базе новых слов, в частности глаголов. Так, в Корпусе современного американского английского языка (СОСА) [2] наименования популярных англоязычных социальных сетей, взятых из упомянутого выше рейтинга, представлены следующим образом:



Согласно корпусным данным наиболее частотными и, соответственно, ядерными единицами оказались *Facebook*, *Twitter*¹, *YouTube* и *Instagram*. Не случайно именно эти наименования стали производящими базами для новых глаголов *to Facebook*, *to Twitter*, *to YouTube* и *to Instagram*, уже получивших фиксацию в некоторых толковых словарях (например, в «Collins English Dictionary» и «Oxford Dictionary of English»). Примечательно, что комплексная структура единиц *Facebook*, *YouTube* и *Instagram* не мешает образованию соответствующих конверсивов, что связано, на наш взгляд, с популярностью данных социальных сетей и частотностью употребления их названий. Обращает на себя внимание тот факт, что менее частотные наименования *LinkedIn* и *TikTok* не демонстрируют подобной производящей активности (согласно Корпусу современного американского английского языка и известным нам

¹ Нами были отсеяны омонимичные формы со значением ‘щебетание’, выборку составили исключительно именные формы в единственном числе в общем падеже.

толковым словарям). Своего рода исключение составили периферийные единицы *Pinterest* и *Reddit*, для которых корпус фиксирует единичные употребления глаголов *to Pinterest* и *to Reddit*, но словари пока не включают их в свой словник. Это наблюдение свидетельствует о разной степени укорененности в системе английского языка единиц *to Facebook*, *to Instagram*, *to Twitter* и *to YouTube*, с одной стороны, и *to Pinterest* и *to Reddit* – с другой.

Настоящая статья ставит **целью** выявление особенностей семантики новых отсубстантивных глаголов в английском языке, образованных от наименований социальных сетей. Материалом исследования послужили отмеченные выше дериваты *to Facebook*, *to Instagram*, *to Twitter*, *to YouTube*, *to Pinterest* и *to Reddit*. Описание семантики производного слова, как неоднократно подчеркивалось дериватологами, требует обращения к значению источника деривации (и репрезентируемой концептуальной структуре), что обусловлено мотивационными отношениями между единицами. В случае отсубстантивных глаголов, по мнению П. Кипарского, наиболее важным является знание о типичном применении или функции обозначаемого мотивирующим словом денотата [3, p. 481]. Соответственно, актуализация фоновых знаний о функциональных характеристиках рассматриваемых социальных сетей станет необходимым шагом в процессе декодирования значений соответствующих производных глаголов.

На первом этапе нашего исследования в качестве источника информации о значениях отсубстантивных глаголов *to Facebook*, *to Instagram*, *to Twitter* и *to YouTube* и соответствующих производящих баз было выбрано их лексикографическое описание в толковом словаре английского языка «Collins English Dictionary» [4]. Поскольку, как отмечалось ранее, глаголы *to Pinterest* и *to Reddit* не зафиксированы ни в одном из доступных нам лексикографических изданий, они были исключены из рассмотрения на данном этапе исследования.

Сразу привлекает внимание тот факт, что практически все производные слова за исключением глагола *to Facebook* являются однозначными. Характерно также, что все описываемые глаголы, как и следовало ожидать, указывают в своем значении на то или иное действие, совершаемое в социальной сети, обозначаемой мотивирующим словом. Например, семантика глагола *to YouTube* (v) «1. to post (a video file) on the YouTube website ‘размещать (видеофайл) на сайте YouTube’» актуализирует информацию о традиционном типе использования денотата, обозначенного словом *YouTube* (n) «1. a website on which subscribers can post video files ‘сайт, на котором подписчики могут размещать видеофайлы’». В значении глагола *to Instagram* (v) «1. to share (a photograph) using the Instagram application ‘поделиться (фотографией) в приложении Instagram’», образованного от существительного *Instagram* (n) «1. a photo-sharing application for computers and mobile phones ‘приложение по размещению фотографий для компьютеров и мобильных телефонов’», предикат *to share* ‘делиться, размещать’ указывает на наиболее значимую, по мнению лексикографов, функцию данной социальной сети – размещение

фотографий. В папе *Twitter* (n) «1. a website where people can post short messages about their current activities ‘сайт, на котором пользователи могут размещать короткие сообщения о своих текущих делах’» → *Twitter* (v) «1. to write a short message on the Twitter website ‘написать короткое сообщение на сайте Twitter’» такой функцией является составление коротких сообщений. Очевидно, что все выделенные глагольные предикаты (‘post’, ‘share’, ‘write’) возможно свести к единому ‘размещать пост’, валентностное окружение которого зависит от особенностей социальной сети, обозначенной производящим словом. Судя по словарным данным, для *Instagram* это фотография, для *YouTube* – видеоролик, для *Twitter* – текстовое сообщение.

Словарное толкование существительного *Facebook* (n) «1. a popular social networking website ‘популярный социально-сетевой ресурс’» не раскрывает важных характеристик денотата, в то время как в семантике производного глагола высвечиваются некоторые из них: *Facebook* (v) «1. to search for (a person’s profile) on the Facebook website ‘искать (чей-то профиль) на сайте Facebook’; 2. to use the Facebook website ‘пользоваться сайтом Facebook’». Предикаты *to search* ‘искать’ и *to use* ‘использовать’ определяют тип действия, а приращенный компонент в позиции объекта *a person’s profile* ‘чей-то профиль’ дополняет информацию об обозначаемом процессе. Если второе значение глагола *to Facebook* подсказывается лексико-семантической отнесенностью денотата существительного, то первое выводимо только благодаря обращению к фоновым знаниям о данной социальной сети.

Таким образом, по словарным данным семантика анализируемых глаголов указывает на действие, традиционно выполняемое в той или иной социальной сети, и варьируется в зависимости от денотативных характеристик производящих баз. Кроме того, имеет место появление добавочных компонентов в случае глагола *to Facebook*.

Обращение к контекстуальным употреблениям глаголов *to Facebook*, *to Instagram*, *to Twitter*, *to YouTube*, *to Pinterest* и *to Reddit* в Корпусе современного американского английского языка (COCA) позволило несколько дополнить список наследуемых в процессе словообразования признаков для каждого из глаголов и увидеть пути их дальнейших семантических модификаций. Нами было отобрано и проанализировано 637 глагольных употреблений. По итогам контекстуального анализа были выделены некоторые регулярно актуализируемые предикаты¹. Это, во-первых, общее значение ‘пользоваться сайтом/проводить время на сайте’, отмечаемое лексикографами только в семантической структуре глагола *to Facebook*, характерно и для остальных производных:

<...> *the sacrifice he made to stay off Twitter, don’t text people, don’t instagram, things like that.* ‘<...> он сделал все, чтобы держаться подальше от Твиттера, не писал никому в мессенджерах, не пользовался Инстаграмом и тому подобное’;

¹ Все представленные далее примеры взяты из Корпуса современного американского английского языка

*They never blogged, Flickred, **YouTubed** and used any other Social Media* ‘Они никогда не вели блог, не пользовались Flickr, Ютубом и другими социальными медиа’;

*A lot of people **twitter** from their phones.* ‘Многие пользуются Твиттером со своих телефонов’;

*Then remove all these instances (all the blogging, tweeting, texting, **redditing** etc), and see what remains* ‘Затем исключите все моменты, когда вы пишете в блоге, переписываетесь в мессенджерах, пользуетесь твиттером, Reddit и другими сайтами, и посмотрите, что останется от вашего дня’;

*Maybe I’ll **Pinterest**. I hear that’s a thing* ‘Возможно, я начну пользоваться сервисом Pinterest. Слышал, что сейчас это модно’.

Во-вторых, значение ‘размещать пост’ свойственно не только глаголам *to Instagram*, *to YouTube* и *to Twitter*, но и дериватам *to Facebook* и *to Pinterest*. В случае первого форма публикации может быть абсолютно любой:

*Angelika **Facebooked** their love story* ‘Анджелика сделала пост в Фейсбуке про их историю любви’; *They’re **facebooking** this. The video is out there* ‘Они все выкладывают в Фейсбук. То видео уже на странице’; *I’m definitely going to be **facebooking** a link over here right now!* ‘Я определенно собираюсь разместить эту ссылку у себя на странице в Фейсбуке прямо сейчас!’.

Что касается глагола *to Pinterest*, то речь идет о размещении понравившегося изображения на виртуальной «доске»:

*<...> to get everything done and done in a way that somehow looks like it should be **Pinterested*** ‘<...> сделать все настолько безукоризненно, чтобы хотелось разместить фото на Pinterest’.

Примечательно, что для глагола *to Instagram* были обнаружены единичные контекстные употребления, допускающие вариативность характера публикуемой информации:

*Oh, and Colin called from D.C. Sang Bruce Springsteen to him over the phone. <...> I **Instagrammed** it* ‘Да, и Колин позвонил из Вашингтона. Спел ему песню Брюса Спрингстина по телефону. <...> Я сделала пост об этом в Инстаграме’. В приведенном примере глагол может обозначать публикацию аудиофайла, графической и/или текстовой информации.

Глагол *to Instagram* интересен еще и тем, что в целом ряде употреблений его семантика не сводится к упомянутому ‘размещать пост (= фотографию)’, а также содержит в своем составе сему ‘сделать фотографию’ (мобильное приложение Instagram предоставляет такую техническую возможность). Ср.:

1. *I took a couple of pictures and **instagrammed** them* ‘Я сделал пару фото и выложил их в Инстаграм’;

2. *Well, that’s why I need it – to **Instagram** the moment and preserve the memory. <...> You know, the brain does a lot of very interesting things. You know, remembering stuff is one of the things it does. You should give it a shot sometime* ‘Ну, вот почему мне это нужно – запечатлеть момент, выложив после

в Инстаграм, и сохранить воспоминание. <...> Знаешь, наш мозг выполняет много интересных задач. Одной из таких является запоминание. Но иногда стоит сделать снимок’.

В то время как в первом примере с помощью двух языковых средств *took pictures* и *instagrammed* четко разделены процессы фотографирования и последующего размещения полученных фотографий, во втором случае расширенный контекст дает основания объединить эти два признака в одном глагольном значении. Необходимо отметить, что третья ситуация, когда глагол *to Instagram* обозначал бы исключительно процесс фотографирования, маловероятна, поскольку соответствующее приложение не позволяет сделать фотографию, не опубликовав ее.

В-третьих, в семантике исследуемых глаголов реализуется значение ‘писать кому-нибудь’, в случае когда одной из ключевых функций социальной сети является обмен личными сообщениями. Это в первую очередь *Facebook* и отчасти *Twitter*. Соответствующие глаголы, как правило, сочетаются с прямым дополнением, выраженным местоимением или одушевленным существительным:

Hey, listen, you had mentioned before, you know, something about Facebooking Dusty ‘Эй, послушай, ты как-то говорила о том, что писала Дасту в Фейсбуке’; *I already Facebooked her* ‘Я уже написал ей в Фейсбуке’;

Friends demand be <...> Twittered ‘Друзья хотят, чтобы им писали в <...> Твиттере’; *I Twittered you today* ‘Я написала тебе в Твиттере сегодня’.

Наконец, наряду с глаголом *to Facebook*, значение ‘искать кого/что-нибудь’ обнаружено у производных *to YouTube* и *to Pinterest*, поскольку опция поиска видеороликов и изображений соответственно является важной составляющей функционала данных сайтов. При этом во многих словоупотреблениях значение глагола *to YouTube* включает также сему ‘смотреть видеоролик’:

You can YouTube it, you can look it up on the internet ‘Вы можете поискать это в Ютубе или посмотреть в Интернете’; *YouTube both of their live acts and you will be impressed* ‘Найди и посмотри в Ютубе оба их живых выступления и ты будешь впечатлен’;

<...> *they had different feelings about babyproofing their home <...> We have done a lot of Pinteresting, but not a lot of actually doing* ‘<...> у них были разные мысли о том, как сделать свой дом безопасным для ребенка <...> Мы много времени потратили на поиски идей в Pinterest, но не на конкретные действия’.

Проведенный анализ значений и контекстных употреблений данных отсубстантивных глаголов позволил обнаружить в их семантике общее словообразовательное значение ‘пользоваться’, а также уточняющие тип пользования, в большинстве своем контекстуальные лексические значения ‘размещать пост’, ‘писать’, ‘искать’. Внутри частных глагольных значений также обнаруживается дифференциация по характеру публикуемой информации или типу поиска, что следует из стоящего при глаголе аргумента в роли объекта.

Очевидно, что набор этих значений для каждой единицы определяется наиболее важными функциональными характеристиками самих социальных сетей, обозначенных производящими словами. Несмотря на обилие предлагаемых данными социально-сетевыми ресурсами опций, во всех случаях значимыми оказываются функции размещения поста, отправки личных сообщений и поиска информации, что позволяет сделать вывод об определенной избирательности в выборе наследуемых семантикой дериватов мотивирующих признаков.

Следует отметить, что новые глаголы, образованные по конверсии от наименований популярных социальных сетей, укладываются в известные модели типовых семантических отношений между исходным существительным и производным глаголом. С одной стороны, общее для всех дериватов значение пользования соответствует типовому значению «использовать орудие или предмет, названный существительным, по назначению или в соответствии с его функцией», выделяемому Г. П. Троицкой наряду с еще восемью семантическими группами [5, с. 13–14], а более частные значения, как уже было сказано выше, уточняют тип пользования. С другой стороны, отношение значений анализируемых производных глаголов и значений их производящих баз можно охарактеризовать как локативное, а сами глаголы отнести к локативной группе отсубстантивных глаголов (*location denominal verbs* в классификации Е. Кларк и Г. Кларка [6, р. 768–781]). Общая парафрастическая формула для глаголов данной группы содержит денотат источника деривации в локативном падеже, который указывает на местоположение или пространственную ориентацию действия или состояния, называемого глаголом. В нашем случае такой локацией является социально-сетевой ресурс, где можно ‘проводить время’, ‘размещать пост’, ‘писать’, ‘искать’.

Таким образом, установив характер зависимости между наименованиями социальных сетей и производными от них глаголами, мы пришли к выводу о том, что рассматриваемые дериваты не выбиваются из общей канвы типовых семантических отношений между исходным существительным и производным глаголом. Лексическое значение данных производных слов обладает открытой и динамичной структурой, которая никоим образом не ограничена закрепленными в их значениях семантическими компонентами, а под влиянием контекста модифицируется и профилирует целый ряд дополнительных, регулярно повторяющихся признаков. Выделенные в результате дефиниционного и контекстуального анализа предикаты определяются прототипическими характеристиками социальных сетей, которые высвечиваются в семантике глаголов в определенном окружении. Следует отметить, что анализ контекстных реализаций шести глагольных неологизмов в современном английском языке, образованных от наименований социальных сетей, с одной стороны, демонстрирует полную выводимость глагольных значений ввиду их мотивированности, а с другой – позволяет прогнозировать будущие пути лексикализации и идиоматизации этих производных слов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Digital in 2019 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. – Date of access : 04.08.2020.
2. COCA – Corpus of Contemporary American English [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.english-corpora.org/coca>. – Date of access : 21.08.2020.
3. *Kiparsky, P.* Remarks on Denominal Verbs / P. Kiparsky // Argument Structure. – Stanford : CLSI, 1997. – P. 473–499.
4. Collins English Dictionary. Complete and Unabridged [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.collinsdictionary.com>. – Date of access : 15.08.2020.
5. *Троицкая, Г. П.* Семантические связи при образовании отыменных глаголов способом конверсии в современном английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Г. П. Троицкая ; Ленингр. гос. пед. ин-т им. А. И. Герцена. – Л., 1965. –19 с.
6. *Clark, V. E.* When Nouns Surface as Verbs / E. V. Clark, H. H. Clark // Language. – 1979. – Vol. 55, № 4. – P. 757–811.

The article presents an overview of semantic features, typical of new denominal verbs in the English language, whose parent nouns denote popular social networks. It has been concluded that the new verbs in question fall within the known models of semantic relations between denominal verbs and their parent nouns. The common verbal meaning “to use the subject, denoted by the parent noun” is specified in various communicative situations, profiling the most salient functional characteristics of designated social networks.

Поступила в редакцию 06.11.2020

Н. И. Курганова

ИСТОКИ ВАРИАТИВНОСТИ ОБРАЗА МИРА

В статье выделяется набор факторов, обуславливающих национально-культурную специфику образа мира у носителей разных языков и культур. Особое внимание уделяется речевому общению как главному инструменту освоения культуры. В зависимости от ценностных установок культуры речевое общение может быть направлено на субъекта коммуникации или на ее объект, что является первопричиной дифференциации двух способов когнитивно-дискурсивной активности – рационального и эмоционально-оценочного.

Усиливающаяся глобализация и интенсификация межкультурного общения на фоне роста «этничности» актуализировали проблему национально-культурной вариативности когнитивной и коммуникативной деятельности у носителей разных языков и культур, что побуждает исследователей к поиску национально-культурных особенностей конструирования образа