

*С. Ю. Богданова, д. филол. н.
Иркутский государственный университет, Иркутск, Россия
e-mail: rusjap@mail.ru*

*S. Yu. Bogdanova, Doctor of Sc. (Philology)
Irkutsk State University, Irkutsk, Russia
e-mail: rusjap@mail.ru*

АНГЛИЙСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ-ПРАГМАТОНИМЫ XXI ВЕКА

Рассматриваются характерные особенности неологизмов, обозначающих мессенджеры, интернет-платформы, социальные сети. Представлены примеры их адаптации к английской языковой системе, намечены пути их дальнейшего изучения.

Ключевые слова: прагматоним; имя собственное; неологизм; лингвокреативность; коллокат.

ENGLISH NEOLOGISMS-PRAGMATONYMS OF THE XXI CENTURY

The characteristic features of English neologisms denoting messengers, platforms, social networks are reviewed. Some examples of their adaptability to the system of the English language and a new approach for the future studies are presented.

Key words: pragmatonym; proper name; neologism; linguistic creativity; collocate.

В процессе создания названий проявляется креативность говорящего. Постоянно возникающие и немедленно получающие широкую известность названия мессенджеров, социальных сетей, хостингов и т. п. образуют подкласс специальной лексики (по классификации А. В. Суперанской [1]), которую можно отнести к разряду прагматонимов. Целью исследования является изучение неологизмов, обозначающих средства интернет-коммуникации, и производных от них глаголов и существительных с точки зрения лингвистической креативности и с точки зрения прагматики.

Отбор языкового материала для исследования проводился в корпусах английского языка, включая The Coronavirus Corpus, и в сети Интернет. При отборе использовался также метод поиска коллокатов, позволяющий уточнить значение лексических единиц исходя из их сочетаемости. Материал исследовался в когнитивном аспекте методом концептуального анализа.

Краткость, яркость, легкость запоминания, уникальность – вот далеко не полный перечень свойств прагматонимов – имен собственных, которые близки по сути товарным знакам, но имеют ряд отличий, описанных О. Е. Яковлевой [2]. Одной из важнейших функций прагматонимов является аттрактивная, отвечающая за то, что название должно находить отклик у тех, для кого оно предназначено. Названия *TikTok*, *WhatsApp*, *YouTube* и др.

соответствуют данному требованию. При этом *TikTok* и *WhatsApp* представляют собой омофоны общеизвестных комбинаций *tick-tock* ‘звук часов’ и *What’s up* ‘Что случилось?’. Нужно отметить, что лингвистическая креативность при создании этих названий позволяет раскрывать новые и новые смысловые планы, связанные с характеристиками самих сервисов и социальных сетей. Данная особенность «удачных» названий кроется в сути новых идей, обозначенной Ч. Моррисом в книге *The Open Self* следующим образом: «идеи порождаются странными и непредсказуемыми способами <...>. Однако, возникнув, они могут взаимодействовать с другими идеями, их последствия могут быть отслежены, а доказательства их истинности изучены» [3, p. 13]. То же, на наш взгляд, можно сказать о названиях *Viber* и *TikTok*: не существовавшее ранее в английском языке слово *Viber* теперь ассоциируется с вибрацией, что поддерживается и логотипом данного сервиса, представляющим собой неязыковой товарный знак, а второй элемент названия *TikTok* может вызывать в памяти глагол *talk* ‘говорить’.

Следует отметить, что анализируемые неологизмы-прагматонимы обладают свойствами имен собственных, представляют собой их отдельный подкласс, поскольку названные ими сервисы и социальные сети не имеют четкой локализации, они распределены по всему миру и существуют в интернет-пространстве, образуя новую реальность существования языковых знаков.

Поскольку акт номинации относится к когнитивным явлениям [4, p. 213] и должен рассматриваться с точки зрения когнитивной лингвистики, а прагматонимы как имена собственные относятся к сфере семиотики, перспективы исследования ведут к относительно новому междисциплинарному направлению – когнитивной семиотике, целью которого являются понимание освоения и структуры концептов в соответствии с ситуациями их использования [5] и отнесение создания смыслов к более широкому контексту когнитивных, социальных и нейробиологических процессов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Суперанская А. В. Ономастика начала XXI века. М. : Ин-т языкознания РАН, 2009. 80 с.
2. Яковлева О. Е. Прагматонимы в системе собственных имен: семантика, функции, национально-культурная специфика // Сибирский филологический журнал. 2005. № 1–2. С. 59–74.
3. Morris Ch. W. *The Open Self*. New York : Prentice-Hall, 1948. 179 p.
4. Štekauer P. *Meaning Predictability in Word-Formation*. Amsterdam-Philadelphia : John Benjamins, 2005. 263 p.
5. Bundgaard P. F. *The structure of our concepts: A critical assessment of Conceptual Metaphor Theory as a theory of concepts*. URL: <http://doi:10.1515/cogsem-2019-2010> (date of access: 04.06.2021).