

197с. Кэрролл Л. Приключения Алисы в стране чудес. Зазеркалье: (про то, что увидела там Алиса) /Л. Кэрролл; [перевод с англ. А.А. Щербакова]. - М.: Художественная литература, 1977. – 310 с. Carroll L. Alice in Wonderland / L. Carroll. – London: Bloomsbury Publishing, 1995. – 293p.

ЧИРВОНИЙ О.С.
(Запорізький нац. ун-т)

АНТОНОМАЗІЙНІ НОВОУТВОРЕННЯ КОМП'ЮТЕРНОГО ЛЕКСИКОНУ

У статті йдеться про нові антономазійні одиниці комп'ютерного лексикону як про чинник поповнення словникового складу сучасної англійської мови, а також про основні способи і механізми утворення «комп'ютерно-маркованих» антономазійних одиниць.

Ключові слова: метафора, метонімія, антономазія, словотворення, Інтернет.

Чирвоный А.С. Антономастические новообразования компьютерного лексикона. В статье речь идет о новых антономастических единицах компьютерного лексикона как о факторе пополнения словарного состава современного английского языка, а также об основных способах и механизмах образования «компьютерно-маркированных» антономастических единиц.

Ключевые слова: метафора, метонимия, антономазия, словообразование, Интернет.

Chirvony A.S. Antonomasiac neologisms of computer lexis. The article deals with the antonomasiac neologisms as a factor of enrichment of computer lexis and English language as a whole, as well as with the main ways and mechanisms of new IT-related words formation.

Key words: metaphor, metonymy, antonomasia, word-formation, Internet.

В процесі семантичної деривації найбільш продуктивними механізмами формування нових лексико-семантичних варіантів слів вважають метафору і метонімію [Черникова 2001, с. 82-87]. Як зазначають вчені, між новим та старим лексико-семантичними варіантами багатозначного слова встановлюються "концептуально зумовлені дериваційні зв'язки: імплікаційні (метонімічні), класифікаційні (родо-видові), симілятивні (метафоричні)" [Селіванова 2006, с. 528].

Комбінацією метафоричних та метонімічних одиниць деякі дослідники [Крохина, Берлина 2002] вважають антономазійні одиниці, тобто такі, що включають в себе імена і назви, які вживаються узагальнено, символічно.

Лінгвісти також називають такі слова епонімами (в античності – імена богів, героїв, якими називалися міста, племена, гори, моря) [Кальниченко 1999, с. 25].

Об'єктом нашого дослідження є лексико-семантична підсистема англійського комп'ютерного лексикону, а його предметом виступають антономазійні одиниці комп'ютерного лексикону сучасної англійської мови.

Метою даної статті є розгляд антономазійних одиниць комп'ютерного лексикону як чиннику поповнення сучасної англійської мови. Здійснення цієї мети потребує виконання наступних завдань:

1. Визначити структуру корпусу нових антономазійних одиниць комп'ютерного лексикону сучасної англійської мови;
2. Дослідити продуктивність цих одиниць на конкретних прикладах.

Вважаємо доцільним розділити всі антономазійні одиниці комп'ютерного лексикону на дві категорії: 1) імена притаманні міфологічним чи вигаданим істотам; 2) імена реально існуючих людей і компаній.

До першої групи ми відносимо, наприклад, таке словосполучення, як *Vulcan nerve pinch*, яке позначає комбінацію клавіш на клавіатурі, що вони застосовуються для перезавантаження комп'ютеру (первинно це словосполучення виникло в фантастичному серіалі „Зоряний похід” (*Star Trek*) і відносилось до спеціального больового прийому, що вигадана раса вулканців застосовувала до людей).

Одиниця *Beowulf (cluster)* також відноситься до першої групи антономазійних одиниць, воно позначає недорогу, але дуже потужну комп'ютерну систему, яка використовується для паралельних комп'ютерних обчислювальних операцій за допомогою двох комп'ютерів, з'єднаних через високошвидкісну мережу (назва походить від давньоскандинавського героя Беовульфа, який, за легендою, володів силою тридцяти воїнів): *"The Beowulf cluster gets its name from the sixth-century Scandinavian hero who was famed in verse for taking down a monster named Grendel" (Christina Dyrness, "Beowulf looks to slay mainframe," The News and Observer, October 17, 2000)*

Ще одною одиницею комп'ютерного лексикону, що базується на міфології, є антономазійне утворення *Trojan horse*, яке означає вірус, замаскований під корисну комп'ютерну програму (уподібнення до легендарного троянського коня, за допомогою якого грецькі воїни під командуванням Одисея і Ахіла проникли до Трої і захопили її).

Нарешті, треба згадати антономазійну одиницю **turklebaum**, яка походить від прізвища (імовірно) вигаданого клерка Джорджа Терклбаума, що загинув від серцевого нападу просто на своєму робочому місці і залишався там непоміченим протягом п'яти днів. Зараз ця одиниця має значення „недостовірна, неперевірена інформація, що існує в Інтернеті, а також незамовлені електронні листи з такою інформацією”. В даному випадку спостерігаємо субстантивізацію метонімізованої антономазійної одиниці: *"Every so often my in-box gets turklebaumed, so I have to go to Purportal.com to check its veracity."* (*Netlingo.com*)

До другої групи входять одиниці, основані на іменах відомих людей, чи назвах великих компаній. Наприклад, антономазійні одиниці *Bill Gates tax* (частка грошей з ціни нового персонального комп'ютера, що вони призначені корпорації Microsoft за рахунок використання ліцензованої операційної системи Windows) і *Baby Bills* (компанії, що будуть створені після рішення американського уряду про розділ корпорації Microsoft на декілька менших підприємств для зниження рівня монополізації на ринку операційних систем) пов'язані з колишнім головою компанії Microsoft Білом Гейтсом. Остання одиниця була створена за аналогією до словосполучення *Baby Bells*, що позначало компанії, засновані після аналогічного рішення уряду щодо монополії корпорації AT&T.

До цієї підгрупи можна додати одиницю *Pierre Salinger syndrome*, що означає тенденцію серед недосвічених комп'ютерних користувачів некритично сприймати будь-яку інформацію, що її вони зустрічають в Інтернет. Приводом для створення цього неологізму послужив відомий журналіст П'єр Селінджер, який в 1996 опублікував в Інтернеті сенсаційний матеріал про те, що американські морські артилеристи збили на вченнях літак компанії TWA, і надав документи, що підтверджували цю теорію. Пізніше виявилось, що представлені дані були фальсифіковані, і у зв'язку з цим скандалом словосполучення *Pierre Salinger syndrome* увійшло до комп'ютерного лексикону.

Підгрупа включає і утворення *Streisand effect* чи *Barbara Streisand effect*, який означає інформацію, що широко поширюється саме внаслідок спроб приховати її. Приводом для створення цієї одиниці стали невдалі спроби Барбри Стрейзанд подати в суд на журналіста, що фотографував з повітря її будинок: *The Digg-DVD donnybrook is the latest example of what's come to be called the "Streisand effect," in which efforts to squelch a bit of online information lead to that information being much more widely disseminated than it otherwise would have been. (Rebecca Dube, "An online revolution: Can you Digg it?," The Globe and Mail, May 3, 2007)*

Як бачимо, всі вищенаведені одиниці ілюструють схильність комп'ютерних користувачів до символізації і стереотипізації існуючих навколо них явищ. В усіх наведених прикладах описуються не конкретні люди, а їх архетипи, що існують у масовій свідомості. Білл Гейтс персоніфікується як володар необмеженого багатства, Барбра Стрейзанд – як прихильниця жорсткої цензури, П'єр Селінджер – як джерело недостовірної інформації. Цю точку зору підтверджують і дослідники антономазійних одиниць, які зазначають: «в тих випадках, коли ВІ [власне ім'я – О.Ч.] стає популярним і набуває асоціативної семи, відбувається його перехід у загальну назву і породжується відповідний символ, відомий пересічному громадянину або певній групі людей» [Олійник 2001, с. 3]. Таким чином, спостерігається тенденція до архетипізації, міфологізації навіть сучасних нам людей і подій. Більш того, як зазначають дослідники, „вживання антропонімів у вторинній номінативній функції сприяє появі образної характеристики певної особи, підкресленню її основних рис

(переважно негативних), вносить предметно-логічну, соціальну, культурну та експресивну інформацію” [Конопацька 2005, с. 9].

До групи антономазійних одиниць ми відносимо і такі одиниці, як *to Amazon*, *to google*, *Youtube*, *Tweople*, *tweetup*. Так, назва відомого комп'ютерного магазину *Amazon.com* стала основою для конверсійного дієслова *to Amazon* – “забирати частку бізнесу в більш відомого конкурента внаслідок створення можливості першим займатися комерційною діяльністю через Інтернет”. За аналогією було створене і дієслово *to google*, яке позначає „шукати щось в Інтернеті за допомогою пошукового сайту Google”. Більш того, з'явилася значна кількість похідних від цього слова, наприклад, *to google*, *googling*, *Googleverse*, *Googlejuice* (*googlejuicing*), *googlewhacking*, *googlebombing*, *googlewashing*, *google dating* та *google dance*, тобто ця одиниця перетворилася на продуктивний центр словотворення.

Назва популярного Інтернет-відеосервісу *Youtube.com* стала основою для формування таких одиниць як *youtubism* (*Youtube* + *racism*) – написання расистських коментарів до викладеного на сайті відео, *youtubeology* – вивчення особливостей сайту *Youtube.com* та *Youtube divorce* – ситуація, коли після розлучення колишні чоловік та дружина починають викладати на сайті *Youtube.com* відео, що компрометують один одного. Схильність багатьох Інтернет-користувачів користуватися популярною онлайн-енциклопедією “*Wikipedia*” в якості надійного джерела інформації та єдиного критерію істини, призвела до появи жаргонної одиниці “*Wikipedia kids*” – «студенти, які не володіють навичками пошуку інформації та вмінням критично мислити». Слід відзначити, що дана одиниця була створена і в даний момент використовується переважно в університетських колах (два з трьох прикладів використання цієї одиниці відносяться до освітніх періодичних видань): *As an English professor at Algonquin College in Ottawa, I was very impressed by the report's neologism: "Wikipedia kids." Too many graduates of Ontario's high schools know how to cut and paste, but have learnt little about cross-referencing and taking time to read, think and incorporate what they've read into a wider scheme of knowledge (Nathan Greenfield, "View from here — Shopping and schools don't mix," The Times Educational Supplement, May 22, 2009)*

Нарешті, люди, що користуються послугами онлайн-сервісу знайомств *Twitter*, отримали назву “*twitterers*”, “*tweeters*” чи “*Tweople*”, зустріч в „реальному світі” людей, що користуються послугами соціальної мережі *Twitter* називається *tweetup*, утримання від користування сервісу – “*tweetless*”, відомі люди, що користуються послугами соціальної мережі *Twitter* – *twitterati*, а сукупність користувачів цього сервісу – “*Twitterverse*” (останній приклад, імовірно, був створений за аналогією до одиниці “*Googleverse*”): *Big companies such as Dell are active in the Twitterverse addressing customer service issues, he said. (Kim Hart, "Firms Take to The Tweetable Business Model," The Washington Post, March 9, 2009)*. Загалом, як свідчать наші спостереження, назва соціальної мережі “*Twitter*” стала основою для створення більш ніж 100 нових слів та словосполучень.

Таким чином, в антономазійному словотворенні комп'ютерного лексикону спостерігаємо поділ всіх одиниць на дві групи – міфологічні і міфологізовані. До останньої групи відносяться такі одиниці, що відбивають архетипізоване уявлення пересічних громадян про ту чи іншу відому людину. Деякі антономазійні одиниці створюються за аналогією до вже існуючих одиниць (Baby Bills), інші стають центрами словотворення (Twitter, Google, Dell, Youtube).

Література

Кальниченко А.А. Кальниченко Н.Н. Английские эпонимические имена и лексикография // Вестник Международного Славянского ун-та. Серия «Филология». – Т. 2. – 1999. – № 4. – С. 25 – 27. *Крохина Н.А., Берлина Н.П.* Анализ механизмов семантической деривации в субстандартной лексике французского языка [Електрон. ресурс] – 2002. – <http://frgf.utmn.ru/No18/journal.htm>. *Конопацька Я. О.* Семантична неологія в сучасному французькому медіадискурсі: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.05 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. - К., 2005. – 17 с. *Олійник Т.С.* Семантичні та функціональні характеристики символічних власних імен в сучасній англійській мові. - Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка.– К., 2001. – 20с. *Селіванова О.О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. - Полтава: Довкілля-К, 2006. - 716 с. *Черникова Н.В.* Метафора и метонимия в аспекте современной неологии // Филологические науки, 2001. - № 1. - С.82-90.

ЧОРНИЙ О. В.

(Львівський нац. ун-т ім. І. Франка)

ОПОЗИЦІЯ ПРЕЗЕНС-АОРИСТ ІМПЕРАТИВІВ У ТВОРІ МАРКА АВРЕЛІЯ АНТОНИНА Т₁ е, j □ autTn.

Стаття присвячена дослідженню граматичної семантики імперативів презенсу та аористу у творі Марка Аврелія Т₁ е, j □ autTn на вибірці однокореневих дієслів. Заперечується одноактність дії як неодмінну характеристику аористу. Автор робить висновок, що ключовим поняттям для розрізнення цих часових форм старогрецького дієслова є евентуальна обумовленість, що актуалізується в мікроконтексті.

Ключові слова: презенс, аорист, імператив, аспектуальність, обумовленість, референтність

Чорный О.В. Оппозиция презенс-аорист императивов в произведении марка Аврелия Антонина Т₁ е, j □ autTn. Стаття посвящена исследованию грамматической семантики императивов презенса и аориста в произведении Марка Аврелия Т₁ е, j □ autTn на выборке однокоренных глаголов.