

УДК 811.111'373.611

САНДІЙ Л. В.

(Тернопільський національний економічний університет)

КОНВЕРСІЯ ЯК НЕЛІНІЙНИЙ (ІМПЛІЦИТНИЙ) СПОСІБ НОМІНАЦІЇ (на прикладі англомовних інновацій сфери економіки)

У статті розглянуто репрезентативні групи неологізмів, утворених шляхом конверсії, встановлено їхні основні продуктивні моделі та з'ясовано особливості конверсійних процесів у лексиконі сфери економіки.

Ключові слова: неологізм, конверсія, нелінійна (імпліцитна) номінація, функціональна трансорієнтація, деонімна конверсія.

Сандий Л. В. Конверсия как нелинейный (имплицитный) способ номинации (на примере англоязычных инноваций сферы экономики). В статье рассмотрены репрезентативные группы неологизмов, образованных путём конверсии, установлены их основные продуктивные модели и выяснены особенности конверсионных процессов в лексиконе сферы экономики.

Ключевые слова: неологизм, конверсия, нелинейная (имплицитная) номинация, функциональная трансориентация, деонимная конверсия.

Sandiy L. V. Conversion as a nonlinear (implicit) nomination process (based on the example of neologisms in Business English). In the article there have been considered some representative groups of neologisms formed by means of conversion, determined their main productive patterns and singled out specific characteristics of conversion processes in the lexicon of economics.

Key words: neologism, conversion, nonlinear (implicit) nomination, functional shift, deonymic conversion.

Типологічною особливістю та одним із проявів аналітичної природи англійської мови є явище конверсії. Попри те, що, як зауважують науковці, останнім часом спостерігається тенденція до зменшення питомої частки нових конверсійних одиниць на користь інших способів вербокреації (афіксації, словоскладання, телескопії) [Андрусак 2003, с. 8; Єнікєєва 2006, с. 248; Зацний 1999, с. 23], конверсія й нині залишається доволі продуктивним способом номінації і послідовно поширюється на нові шари вихідних одиниць, зокрема, в економічному лексиконі – на власні назви (*to Amazon, to Dell, to Enron*), абрєвіатури (*to Nasdaq, to RIF*), композити (*to kitchen-sink, to showroom*) тощо.

Помітні кількісні й якісні зміни у словниковому складі англійської мови сфери економіки на початку ХХІ століття, а відтак потреба детально проаналізувати лінгвальні параметри новостворених мовних засобів зумовлюють актуальність дослідження конверсійних процесів як одного із шляхів поповнення фахового вокабуляра.

Враховуючи вищезазначене, **об'єктом** даної наукової розвідки обрано конверсійний спосіб номінації нових реалій економічної галузі, а **предметом** – продуктивні конверсійні моделі у лексико-семантичній підсистемі англійської мови сфери економіки. **Мета статті** – аналіз і систематизація релевантного корпусу конверсійних неологізмів. У ході реалізації поставленої мети передбачається розв'язання таких завдань: 1) дослідити репрезентативні групи мовних інновацій, утворених шляхом конверсії; 2) встановити основні продуктивні моделі; 3) з'ясувати особливості конверсійних процесів у фаховому лексиконі економічної сфери.

У лінгвістичній літературі наявні ґрунтовні напрацювання вітчизняних і зарубіжних учених, присвячені конверсії [Дубравська 2010; Жлуктенко 1958; Кубрякова 2002; Руда 2009; Хованова 2002; Balteiro 2007; Bauer 2005; Cannon 1985]. Однак дослідження кола питань, котрі стосуються механізмів конверсії, і надалі залишаються актуальними, адже на сьогодні серед науковців немає одностайності щодо трактування згаданого мовного феномена. Припускаємо, що існування цілої низки інтерпретацій зумовлюється складністю конверсії, котра розглядається ученими на перетині семантичних, синтаксичних, словотворчих та інших параметрів і підсистем мови.

Спробуємо згрупувати різні тлумачення конверсії за критеріями, що їх дослідники вважають найбільш вагомими при визначенні даного способу номінації, а саме: 1) конверсія як спосіб утворення нового слова шляхом переходу основи в іншу парадигму словозміни (морфологічний критерій) [Sweet 2000, р. 39]; 2) конверсія як зміна морфологічних категорій у новоутвореного слова, внаслідок чого воно виконує нові синтаксичні функції у реченні (морфолого-синтаксичний критерій) [Жлуктенко 1958; Загоруйко 1980]; 3) конверсія як

поліфункціоналізм слова, коли воно вживається у функціях різних частин мови, змінюючи свою синтагматику (синтаксичний критерій) [Farell 2001; Vogel 1996, S. 261]; 4) конверсія як функціональна трансорієнтація, тобто повне оновлення функціональної парадигми вихідної одиниці, модифікація її семантики, зміна дистрибуції (морфолого-синтаксично-семантичний критерій) [Дубравська 2010, с. 84; Єнікєєва 2006, с. 245; Кубрякова 2002, с. 33].

У нашій інтерпретації феномена конверсії ми поділяємо позицію тих учених, які особливо наголошують на важливості семантичного критерію [Єнікєєва 2006, с. 241; Карашук 1977, с. 30]. Адже саме семантичний зсув у ядрі твірного слова (звуження / конкретизація значення, метафора, метонімія), фіксується у граматичній оформленості похідної лексичної одиниці, що відображає бачення, сприйняття і розуміння десигната у новій смисловій проекції. Водночас конверсія не може тлумачитися лише як суто семантичний процес, оскільки, на відміну від семантичних способів словотвору, при яких морфологічна будова слова не зазнає жодних змін, при конверсії за відсутності зовнішніх, матеріальних трансформацій відбувається перехід похідного слова в іншу парадигму словозміни, що не дозволяє віднести конверсію до семантичної номінації.

Спираючись на вищезазначене, сформулюємо наше розуміння цього складного мовного явища. Отже, *конверсія* – це імпліцитний (нелінійний) спосіб номінації, основними ознаками якого є формальна тотожність твірної й похідної одиниць та відсутність лінійних словотворчих засобів, а показниками акту словотвору – семантичне переосмислення, зміна в морфологічній парадигмі і синтаксичній сполучуваності слова. Таким чином, при конверсійному словотворі оновлення функціональних характеристик лексеми відбувається при повному збереженні плану вираження мовного знаку.

Перейдемо до безпосереднього аналізу неологізмів, утворених шляхом конверсії. Дослідження вибірки мовних інновацій дає підстави стверджувати, що конверсійні процеси, пов'язані з появою нових найменувань у словниковому складі сфери економіки, мають певні особливості, а саме:

- 1) неонімації здебільшого утворюються за моделлю $N \rightarrow V$, яка залишається найпродуктивнішою в англійській мові;
- 2) твірними основами для похідних одиниць слугують як загальні назви, так і ономастичні реалії (ергоніми, антропоніми, топоніми);
- 3) творення конверсійних похідних поширюється не лише на основи слів, але й на багатокомпонентні структури (аббревіатури, складноскорочені слова, композити, словосполучення);
- 4) ціла низка дериватів є наслідком взаємодії конверсії з іншими словотвірними способами.

Розглянемо приклади неологізмів, утворених за найпродуктивнішою моделлю $N \rightarrow V$: *Amazon* (n) \rightarrow *to Amazon* (v), *Bangalore* (n) \rightarrow *to Bangalore* (v), *Betamax* (n) \rightarrow *to betamax* (v), *celeb* (n) \rightarrow *to celeb* (v), *Dell* (n) \rightarrow *to Dell* (v), *Dilbert* (n) \rightarrow *to dilbert* (v), *eBay* (n) \rightarrow *to eBay* (v), *Enron* (n) \rightarrow *to Enron* (v), *Gator* (n) \rightarrow *to gator* (v), *MacGyver* (n) \rightarrow *to MacGyver* (v), *Microsoft* (n) \rightarrow *to Microsoft* (v), *office* (n) \rightarrow *to office* (v), *Stooze* (n) \rightarrow *to Stooze* (v): *Stoozing is the practice of taking out the maximum allowed on a 0 per cent card and sticking the cash into a savings account* (The Financial Times, July 2, 2005); *It's about time Metheny eBayed that corny Roland guitar synth that he still occasionally deploys* (The Times, March 24, 2007); *All European countries have to some extent "Enroned" their public accounts by not showing the costs of their pension promises* (The Independent, February 13, 2002).

Активне залучення до конверсійного словотвору пропріальних одиниць – ергонімів (*Amazon, Dell, eBay, Microsoft*), антропонімів (*Dilbert, MacGyver, Stooze*), топонімів (*Bangalore*) – вказує на те, що у ході номінативних процесів відбувається не лише функціональна трансорієнтація через приєднання дієслівного маркера, але й перехід власних назв до розряду okazіональних чи узуальних загальних назв. Цей перехід ми, услід за Л. М. Сапожніковою, пропонуємо називати *деонімною конверсією* [Сапожнікова 2010, с. 129].

Слід гадати, у більшості розглянутих випадків деонімії в основі створення нового слова лежать складні семантичні процеси метафоризації й спеціалізації значення, зумовлені

індивідуально орієнтованим характером семантики ономастичних реалій. Тож для адекватної перцепції і декодування похідних деонімічних дієслів важливо не лише розуміти етимологічну природу, соціально-історичний і культурний контекст базових онімів, але й враховувати контекстуальні зв'язки та ймовірні інтерпретації новостворених конверсійних одиниць у певному комунікативно-прагматичному просторі.

Як уже зауважувалося вище, конверсія не обмежується використанням основ слів і дедалі більше поширюється на лексеми з морфологічною структурою різного ступеня складності (ініціальні скорочення, композити). Науковці зауважують, що у низці випадків твірною базою для конверсійних утворень можуть також слугувати словосполучення і навіть речення [Нухов 1997, с. 274; Царев 1984, с. 51].

Такі багатокомпонентні номінації здебільшого є актами спонтанної лінгвокреації і використовуються задля експресивного вираження інтенцій мовця у неформальному спілкуванні. Проте окремі випадки оказіональної конверсії розвиваються у стійку конверсію і з часом конвенціоналізуються. Причому, як справедливо підкреслює В. І. Заботкіна, для нових англійських конверсійних утворень тенденція до багатокомпонентних структур стає провідною [Заботкіна 1989, с. 34].

Зокрема, у досліджуваному корпусі неонімацій у ролі твірних основ використовуються ініціальні скорочення, композити, субстантивні словосполучення, лексикалізовані синтаксичні структури. Розглянемо приклади неологізмів, для яких базовими одиницями слугують ініціальні скорочення. Примітно, що практично всі вони утворені з використанням акронімів. На наш погляд, це цілком логічно, адже ініціально-звукові скорочення сприймаються мовцями як звичайні слова: *BRICs* (*Brazil, Russia, India, China*) (n) → *BRICs* (adj), *NASDAQ* (*National Association of Securities Dealers Automated Quotation*) (n) → *to Nasdaq* (v), *RIF* (*reduction in force*) (n) → *to RIF* (v): *The developed world has been looking anxiously to the Brics countries to provide relief for its problems* (The Financial Times, November 9, 2011); *This year the process nasdaqed, ending in only 16 nominations, down from 20 last year* (The New York Times, December 2, 2001); *Employees had two scenarios - why they would and wouldn't get RIFed* (The Guardian, August 11, 2008).

Для низки відіменникових дієслів роль твірних основ виконують композити: *bookmark* (n) → *to bookmark* (v), *kitchen-sink* (n) → *to kitchen-sink* (v), *showroom* (n) → *to showroom* (v): *Provided Mr Kingman has bookmarked Yahoo Finance, he won't even have to move from his desk to check RBS and Lloyds' share prices* (The Financial Times, November 6, 2008); *By contrast, the scale of this intervention suggests Madrid is trying to kitchen-sink Bankia* (The Financial Times, May 25, 2012); *Earlier this year, his firm surveyed 5,067 book buyers from around the country about their buying habits and 28 percent said they "showroomed"* (The Atlanta Journal-Constitution, December 17, 2011). У кожній з наведених пар базовий іменник і похідне дієслово демонструють асоціативний тип мотивації, що за своїм механізмом є метафоризацією на базі суміжного компонента.

Особливий клас найменувань складає група неологізмів, які виникли у результаті інтеграції словосполучень. Утворені внаслідок інкорпорації словосполук складні слова, які мають цілісну ідіоматичну номінацію і не зберігають співвіднесеності з певною частиною мови словосполучення-прототипу, ми пропонуємо, услід за Д. І. Квеселевичем, називати *конверсивно-інкорпорованими* [Квеселевич 2005, с. 3].

Аналіз конверсивно-інкорпорованих складних слів дозволяє поділити їх на три найбільш репрезентативні групи. В основі поділу неонімацій – приналежність базової словосполуки до певної частини мови, зокрема:

- 1) утворені від субстантивних словосполучень – *to peanut-butter* (v), *to hotdesk* (v), *tri-channel* (adj), *bricks-and-mortar* (adj), *clicks-and-mortar* (adj);
- 2) утворені від дієслівних словосполучень – *pay-per-read* (n), *pay-per-listen* (n), *squeeze and tease* (n), *put-pocket* (n), *get-rich-click* (adj);
- 3) утворені від адвербіальних словосполучень – *top-to-top* (adj), *tweeds-to-riches* (adj), *sneakers-up* (adj).

Наведені приклади демонструють, як синтаксичне зміщення призводить до компресії змісту і появи складнопохідних слів, котрі вирізняє семантична спаяність компонентів.

Окремо слід зазначити про взаємодію конверсії з іншими способами словотвору. Зокрема, у розглянутому масиві мовних інновацій деякі неологізми є прикладами префіксально-конверсійних одиниць, побудованих за моделлю $Pr + N \rightarrow V$: $de- + mall (n) \rightarrow to demall (v)$, $re- + vector (n) \rightarrow to revector (v)$, $re- + anchor (n) \rightarrow to re-anchor (v)$, $up- + shift (n) \rightarrow to upshift (v)$, $up- + staff (n) \rightarrow to upstaff (v)$. У перелічених неолексемах префікси *de-*, *re-*, *up-* виконують роль транспонувальних, тобто таких, що, приєднуючись до твірної основи, утворюють похідні слова, котрі належать до іншої частини мови, аніж твірна основа [Руда 2009, с. 234]. Втім, дослідження конверсії не як автономного способу номінації, а у взаємодії з іншими типами творення нових слів є доволі актуальним і вимагає окремої наукової розвідки.

Таким чином, у ході проведеного аналізу ми дійшли ряду висновків. По-перше, конверсійний спосіб неонімації залишається одним із продуктивних шляхів збагачення фахового вокабуляря сфери економіки. По-друге, конверсійні процеси, пов'язані з появою нових найменувань в економічній галузі, мають певні особливості (залучення ономастичних реалій, специфічні прагматичні цілі тощо). По-третє, творення конверсійних похідних поширюється не лише на основи слів, але й на багатоконпонентні структури (аббревіатури, складноскорочені слова, композити, словосполучення), а також є результатом взаємодії конверсії з іншими способами словотвору.

Література

- Андрусак І. В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Ірина Василівна Андрусак. – Ужгородський національний університет. – Ужгород, 2003. – 268 с. Дубравська Д. М. Конверсія як продуктивний спосіб поповнення словникового складу англійської мови / Д. М. Дубравська // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи; збірник наук. праць. – К.: Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов НАН України, 2010. – С. 70-87. Єнікеева С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови: [монографія] / Санія Маратівна Єнікеева. – Запоріжжя: Запорізький нац. ун-т, 2006. – 302 с. Жлуктенко Ю. А. Конверсия в современном английском языке как морфолого-синтаксический способ словообразования / Ю. А. Жлуктенко // Вопросы языкознания. – М.: Изд-во АН СССР, 1958. – № 5. – С. 53-64. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с. Загоруйко А. Я. Конверсия в английском языке и ее основные проблемы / А. Я. Загоруйко // Вопросы словообразования и фразообразования. Межвуз. сб. науч. трудов; отв. ред. Загоруйко А. Я. и др. – Ростов-на-Дону: Ростовский-на-Дону гос. пед. институт, 1980. – С. 3-15. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття: дис. ... доктора філол. наук: 10.02.04 / Зацний Юрій Антонович. – Київський університет ім. Тараса Шевченка. – К., 1999. – 409 с. Каращук П. М. Словообразование английского языка: учеб. пособие для студ. вузов / П. М. Каращук. – М.: Высш. шк., 1977. – 303 с. Квеселевич Д. І. Класифікація інкорпорованих складних слів (на матеріалі англійської мови) / Д. І. Квеселевич // Вісник Житомирського державного університету ім. Івана Франка. – Житомир, 2005. – № 23. – С. 3-6. Кубрякова Е. С. Конверсия в современном английском языке / Е. С. Кубрякова, В. А. Гуреев // Вестник ВГУ, Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2002. – № 2. – С. 33-38. Кубрякова Е. С. Теория номинации и словообразование / Е. С. Кубрякова // Языковая номинация. Виды наименований: сб. науч. тр. – М.: Наука, 1977. – С. 222-304. Нухов С. Ж. Языковая игра в словообразовании (на материале лексики английского языка): дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.04 / Нухов Салават Жавдатович. – Московский гос. пед. университет. – М., 1997. – 372 с. Руда О. Дослідження конверсії в історії англійської мови / Ольга Руда // Наукові записки Вінницького держ. пед. ун-ту ім. М. Коцюбинського: Зб. наук. праць. Серія: Філологія. – Вінниця: вид-во Вінницького держ. пед. ун-ту, 2009. – Вип. 11. – С. 85-89. Руда О. Значення та частини мовна структура автохтонних транспонувальних префіксів / Ольга Руда // Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету ім. В. Винниченка. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2009. – Випуск 81 (1). – С. 234-237. Сапожникова Л. М. GOOGELN и EGOOGELN: номинативные процессы в сфере немецкой деонимической неологии / Л. М. Сапожникова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2010. – № 15. – Выпуск 4. – С. 129-135. Хованова С. Ю. Лингвокреативный потенциал конверсии в современном английском языке: дисс. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Хованова Светлана Юрьевна. – Московский гос. пед. университет. – М., 2002. – 191 с. Царев П. В. Продуктивное именное словообразование в современном английском языке / П. В. Царев. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 225 с. Balteiro I. The Directionality of Conversion in English: A Dia-Synchronic Study / Isabel Balteiro. – Bern: Peter Lang, 2007. – 276 p. Bauer L. Conversion or Zero-derivation: An Introduction / Laurie Bauer, Salvador Valera // Approaches to Conversion / Zero-derivation. – Münster: Waxmann Publishing, 2005. – P. 7-18. Cannon G. Functional shift in English / Garland Cannon // Linguistics. – The Hague: Mouton De Gruyter, 1985. – Volume 23. – Issue 3. – P. 411-432. Farrell P. Functional shift as category underspecification / Patrick Farrell // English Language and Linguistics. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – Volume 5. – Issue 1. – P. 109-130. Sweet H. A New English Grammar, Logical and Historical. Part I: Introduction Phonology and Accidence / Henry Sweet. – Boston: Adamant Media Corporation, 2000. – 536 p. Vogel P. M. Wortarten und Wortartenwechsel: Zur Konversion and verwandten Erscheinungen im Deutschen und in anderen Sprachen (Studia Linguistica Germanica) / Petra Maria Vogel. – Berlin; New York: Walter de Gruyter, 1996. – 311 S.