

УДК 81.42+811.111:81'373.43

UDC 81.42+811.111:81'373.43

Агеев Сергей Валерьевич

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Sergei V. Ageev

Saint Petersburg State University of Economics

Saint Petersburg, Russian Federation

s_ageev@hotmail.com

Антоненко Наталия Владимировна

Санкт-Петербургский архитектурно-строительный университет

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Nataliya V. Antonenko

Saint Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering

Saint Petersburg, Russian Federation

nantonenko1@gmail.com

Пушкарев Евгений Александрович

Национальный исследовательский университет “Высшая школа экономики” –

Санкт-Петербург

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Evgenii A. Pushkarev

National Research University – Higher School of Economics

Saint Petersburg, Russian Federation

auldington@gmail.com

**О КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКОМ
ФУНКЦИОНИРОВАНИИ НЕОЛОГИЗМА
COGNITIVE AND PRAGMATIC FUNCTIONS
OF NEOLOGISMS IN SPEECH**

Аннотация

В статье рассматриваются определение, критерии и характеристики объекта изучения неологии – неологизма, а также его когнитивная и прагматические функции. В рамках исследования базовым критерием нового слова считается появление в языке нового материально воплощённого соотношения между означаемым и означающим. В работе противопоставляются так называемые номинативная функция неологизма (функция именованья новых артефактов) и прагматические функции (экспрессивная, игровая, субститутивная, социальная, спацио-темпоральная, апеллятивная, компрессионная и компенсаторная), которые могут быть реализованы говорящим при употреблении нового слова в речи. Авторы полагают, что неологизм в структуре высказывания всегда маркирован, и, находясь в фокусе коммуниканта, заряжен прагматическим потенциалом. Отмечается также неизоллированность когнитивно-прагматических функций, что предполагает возможность их совместной реализации через неологизм в высказывании.

Abstract

The article addresses cognitive and pragmatic functions of neologisms and discusses the characteristic features of new words, as well as possible criteria to identify them. The authors juxtapose the nominative function of neologisms, i.e. the function of naming and denoting new artifacts, and a number of pragmatic functions (expressive, ludic, substitutional, social, spacio-temporal, appellative, compressive and adaptive), which are potentially manifested by the speaker when using neologisms in speech. A neologism is believed to be a marked

member of an utterance, and when in the focus of the speaker's attention, exhibits some or much pragmatic potential. At the same time, nominative and pragmatic functions of neologisms do not exclude but, on the contrary, complement and presuppose each other.

Ключевые слова: неологизм, окказионализм, неология, когнитивное значение, прагматическое значение, лингвопрагматика, прагматическая функция.

Keywords: neologism, neology, cognitive meaning, pragmatic meaning, pragmatics, pragmatic function.

doi: 10.22250/2410-7190_2020_6_2_5_17

1. Введение

Медиатизация современной жизни, свидетелями которой мы являемся на протяжении последних десятилетий, привела к всплеску словотворчества, в частности, большому количеству неологизмов. Действительно, благодаря онлайн-сервисам и социальным сетям любой человек становится потенциальным «оригинатором», способным дать жизнь новому слову и донести его до внимания тысяч пользователей. Процессы лингвосомиозиса (продуцирования слова) или переосмысления значения существующих лексических единиц были уже достаточно изучены и описаны, однако неологизмы являются не только средством номинации нового знания, но и онтологизации прагматического отношения к познаваемому миру. Намерения коммуниканта при создании и употреблении нового слова всё ещё остаются в неологии недостаточно исследованными несмотря на то, что прагматика как наука зародилась в 30-х гг. предыдущего столетия, а активно развиваться стала только в 60-х.

Исходя из того, что лексическое значение сочетает в своей структуре либо оба типа содержания – когнитивный и прагматический, либо ограничивается одним из них [Никитин, 1988, с. 58], возможно предположить, что номенклатура прагматических функций, которые реализуются неологизмом в речевом акте, определяется комбинаторикой когнитивного и прагматического компонентов. Процесс возникновения неологизма антропоцентричен по своей сущности и служит коммуникативно-прагматическим намерениям говорящего: номинативным, экспрессивным, эмоциональным, оценочным. Такое видение связи между семантикой и прагматикой определяет цель статьи: проанализировать когнитивно-прагматическое функционирование неологизма путём установления возможных причин использования говорящим данных единиц в коммуникативном акте. В качестве материала исследования выступают неологизмы, отобранные из англоязычных периодических изданий новостной направленности 2019 года выпуска, и онлайн-базы данных неологизмов The Rice University Neologisms Database и The Urban Dictionary. В качестве методов исследования в работе использованы анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ материала и метод классификации на основе функционирования неологизмов в речи.

2. Подходы к определению неологизма

Традиционно выделяют несколько оснований, по которым можно судить о том, является ли лексическая единица (ЛЕ) неологизмом. Одним из наиболее популярных в литературе является так называемый диахронический, или хронологический критерий (см., напр., [Cabré Castellví, 1999 ; Rey, 1995]), согласно которому неологизмами являются лишь слова, возникшие недавно. Очевидно, что подобное определение не выдерживает критики в связи с аморфностью понятия «недавно», поэтому Т. В. Попова, вслед за Н. З. Котеловой, модифицирует этот параметр в конкретно-исторический критерий,

подразумевающий наличие либо сохранение новизны ЛЕ в рамках некоего временного отрезка. Авторы говорят о необходимости конкретизации «историчного и относительно-го» понятия неологизма через привязку ЛЕ к определённому периоду: неологизмы должны (а) возникать на памяти поколения, использующего такой неологизм, и (б) являться новыми для своей сферы употребления [Новое в русской лексике, 1996 ; Попова, 2017].

Более формальным подходом отличается так называемый лексикографический критерий, по которому неологизмы – это лишь те единицы, которые ещё не зафиксированы в словаре [Cabré Castellví, 1999]. Зыбкость этого критерия особенно отчётливо видна на примерах новых слов, которые не могут не возникать в бесписьменных языках или в языках, не обладающих богатой лексикографической традицией, а стало быть, не могут оказаться в гипотетическом печатном словаре. Нельзя не указать и на изменения в современной лексикографической практике, когда электронные словари оперативно отслеживают появление неологизмов и ежегодно обновляют корпус лексики. Тем не менее вышеупомянутый технический метод выделения неологизмов может оказаться весьма полезным, например, при проведении различных корпусных исследований лексикона [Creus, Julià-Muné, 2014].

Считается также, что неологизмы обладают языковой системной нестабильностью, а значит могут демонстрировать неустойчивость морфологической, фонетической, либо графической формы, либо быть размыты семантически [Cabré Castellví, 1999, p. 205].

Ряд авторов выделяет также психологический критерий определения неологизмов, когда новыми словами являются единицы, воспринимаемые говорящим / слушающим как обладающие «эффектом новизны», «свежестью», ощущаются необычными, малоизвестными [Castellví, 1999 ; Попова, 2017 ; Торопцев, 1980 ; Rey, 1995]. Однако этот весьма популярный критерий не лишён недостатков: неологи говорят о минимум трёх типах / разновидностях неологизмов: (а) слово-претендент на неологизм воспринимается как новое и языковым коллективом, и индивидом; (б) слово известно только части языкового коллектива, но не всем говорящим на данном языке, например, оно узкоупотребимо в рамках профессионального арго; (в) слово носит общий узуальный характер, однако оказывается новым для конкретного индивида [Торопцев, 1980]. Крайним проявлением этого подхода является идея считать неологизмами лишь только те лексические единицы, которые ранее не употреблялись в «индивидуальном речевом опыте» [Тогоева, 2000], когда на передний план выходят субъективные ощущения говорящего / слушающего, а узуализация слова всем языковым коллективом или его частью является необязательным параметром.

Также исследователи выделяют так называемый структурный подход [Попова, 2017], согласно которому неологизмами считаются слова новой (прежде всего фонемной) структуры типа новых аббревиатур, звукоподражаний, торговых марок и прочих, при этом план содержания таких номинаций может и не ощущаться носителем языка как новый. План выражения неологизма (в том числе до некоторой степени графический и фонетический облик слова) остаётся неизменным, а содержательно единица ощущается как новая.

Таким образом, сложность и многоаспектность самого феномена нового слова, наличие разнообразнейших критериев для анализа и классификации неологизмов, лишь часть из которых была представлена выше, не позволяют говорить о некоем универсальном определении неологизма: критерии неологичности меняются и модифицируются в зависимости от целей и задач предпринимаемых исследований. Тем не менее, наиболее удачными можно считать те определения, которые основаны на нескольких подобных критериях. В данной работе авторы придерживаются мнения о том, что нео-

логизм – это «единица лексикона (слово, часть слова или словосочетание), в которой отношение между означаемым и означающим ново, либо значение которой не было ранее материализовано в виде языковой формы на непосредственно предшествующем этапе развития лексикона в языке» [Rey, 1995, p. 77].

3. Номинативная и прагматические функции неологизма

В ряде исследований в области неологии функции неологизмов разграничиваются на уровне языка и речи [Чо, 2008 ; Белькова, 2018], однако в рамках данной статьи функции нового слова определяются исходя из понимания структуры лексического значения, в которую может входить один или оба компонента – когнитивный и прагматический. Когнитивный компонент относится к информации о мире, вне субъективной оценки, переживания его индивидом. Прагматический компонент значения относится к информации «о субъективном отношении, оценке, переживании означаемого факта, субъективной установке индивида на этот факт» [Никитин, 1988, с. 21]. Если исходить из такого понимания компонентов значения, то кажется возможным выделить когнитивную и прагматические функции неологизмов, которые реализуются в большей или меньшей мере в каждом конкретном случае употребления неологизма. В статье выдвигается предположение, что функционирование неологизма обусловлено структурой его лексического значения и при этом зависит от приоритетной задачи коммуниканта: либо номинировать новое (функция обозначения, идентификации или денотации), либо выразить отношение к предмету высказывания (функция характеристики или квалификации).

В рамках когнитивной функции неологизма реализуется прямая потребность в номинации нового явления или предмета. Результатом развития технологий становятся новые продукты и в сфере бизнеса, которые необходимо назвать. Зачастую это словосочетания с *business, firm, economy, technology*. Например, активно развиваемые облачные технологии (или облачные вычисления, *cloud computing*) – технологии распределённой обработки цифровых данных, с помощью которых компьютерные ресурсы предоставляются интернет-пользователю как онлайн-сервис [Облачные технологии..., 2019], способствовали появлению таких неологизмов как *cloud-gaming product, cloud business*, смысл которых связан с развитием облачных сервисов для игр.

(1) *A few days before E3, Google, which also runs a big **cloud business**, gave more details about Stadia, its own **cloud-gaming product**, which is due to launch in November* [Bartleby, The Economist, 15 June 2019, p. 54] – 'За несколько дней до открытия выставки компьютерных игр E3 Гугл, который также имеет собственный облачный бизнес, раскрыл детали относительно своего облачного игрового продукта Stadia, планируемого к запуску в ноябре'.

Появление дронов (беспилотных летательных аппаратов) повлекло необходимость в наименовании артефактов, связанных с этим устройством: *a drone-technology firm, drone-delivery firm*.

(2) *It is also easier, says Ben Marcus, founder of AirMap, a **drone-technology firm**, because health-care deliveries typically happen between a limited number of fixed sites, not to and from innumerable doorsteps. Andreas Raptopoulos, boss of Matternet, another **drone-delivery firm**, thinks that this could save hospitals millions in lab and pharmacy costs* [Flying Start, 2019, p. 53] – 'Бен Маркус, основатель AirMap, компании, применяющей технологии дронов, говорит, что подобный подход легче реализовать, т. к. доставка лекарств обычно осуществляется по ограниченному количеству адресов, а не между неограниченным числом получателей и отправителей. Андреас Раптопулос, владелец Matternet, ещё одной курьерской компании, использующей дроны, полагает, что технология могла бы сэкономить больницам миллионы долларов на лекарствах и лабораторных исследованиях'.

Сюда же можно отнести словосочетания со словом *economy*: *gig economy* ‘economic activity that involves the use of temporary or freelance workers to perform jobs typically in the service sector’.

(3) *Delivery also fits neatly with the **gig-economy** zeitgeist, alongside ride-hailing firms such as Uber, Lyft and China’s Didi* [Foodoo economics, 2019, p. 56] – ‘Доставка дронами прекрасно сочетается с духом экономики свободного заработка, наряду с такими службами такси как Uber, Lyft и китайской Didi’.

Словосочетание *in-orbit economy* или его синоним *spacebased businesses* еще не получили широкого распространения; по аналогии эти неологизмы можно определить как ‘economic activity that involves the use of satellites’.

(4) *An **in-orbit economy** is taking shape. Planet Labs is an industry leader. The cost of making and launching satellites has tumbled, enabling an array of new space-based businesses to emerge* [Orbital Ecosystem, 2019, p. 67] – ‘Начинают формироваться бизнесы, применяющие спутниковые технологии. В этой сфере лидирует компания Planet Labs. Затраты на производство и запуск спутников резко снизились, что привело к появлению ряда компаний подобного типа’.

Использование данных словосочетаний позволяет описать актуальные тенденции в сфере экономики и бизнеса, при этом сами неологизмы такого типа могут характеризоваться отсутствием дополнительных оценочных элементов.

Появление цифровой валюты привело также и к появлению слов, описывающих новый участок действительности, например: *cryptocurrencies* – криптовалюты; *Libra* – либра, проект цифровой валюты, разрабатываемой по инициативе Facebook, запуск которой запланирован к 2020 году; *libra-holder* – владелец новой валюты.

(5) *Individual **Libra-holders** face other risks* [Libralised Finance, 2019, p. 51] – ‘Отдельные держатели криптовалюты Либра сталкиваются и с другими рисками’.

(6) *They include financial firms (Visa, Stripe), online services (Spotify, Uber), **cryptocurrency** wallets (Anchorage, Coinbase), venture capitalists (Andreessen Horowitz, Union Square Ventures) and charities (Kiva, Mercy Corps) – though, for the time being, no banks. [...] It is impossible to imagine them expelling Messenger and WhatsApp – and later other providers Facebook is inviting to the open-source project – from their app stores, as they have done with other **cryptocurrency** offerings, many of which were scams* [Coin Flip, 2019, p. 50–51] – ‘В их числе – финансовые компании (Visa, Stripe), интернет-сервисы (Spotify, Uber), онлайн-кошельки (Anchorage, Coinbase), венчурные компании (Andreessen Horowitz, Union Square Ventures) и благотворительные организации (Kiva, Mercy Corps), однако сейчас среди них нет банков. [...] Невозможно представить, чтобы компания убрала Мессенджер, Вотсап или другие сервисы, которые Facebook добавил в свой проект программ с открытым исходным кодом, из собственного магазина приложений, поскольку сервис уже имел дело и с другими проектами криптовалют, многие из которых оказались мошенническими’.

От неологизма *Libra* журналисты начинают образовывать производные слова, которые фигурируют пока в заголовках: *Facebook and friends threaten to **Libralise** the world* [Sundaram, Chowdhury, 2019] и *Libralised finance* [Libralised Finance, 2019, p. 51]. Примеры демонстрируют возможности мгновенного реагирования на нововведения в сфере бизнеса и экономики при помощи использования языковых ресурсов.

Иногда новые единицы номинации возникают для фиксации фрагмента картины мира, уже давно существующего и отражённого в сознании носителей языка, но ещё не ословленного [Заботкина, 1989, с. 23]. Сюда можно отнести неологизмы, возникающие при прагматической потребности дать новые названия различным видам деятельности, например, *to globalise, to incentivise, to institutionalise, to randomise, to anonymise, to*

radicalise, to unionise, to robotise, universalising (English). Наблюдается тенденция к образованию абстрактных имён существительных, обозначающих различные социальные течения, общественно-политические и научные взгляды и направления: *presenteeism* (образованный по аналогии с *absenteeism*), *multilingualism*, *workaholism*, *environmentalism*:

(7) *California is a leader on environmentalism. That is good for the Earth, but not always for Californians. The state's environmentalism has produced many benefits. Texas is the country's number one producer and consumer of energy, and environmentalism is not part of its brand* [The Cost of Going Green, 2019, p. 10–11] – 'Калифорния – лидер в области энвайронментализма. Что хорошо для планеты, не всегда хорошо для жителей Калифорнии. Политика энвайронментализма штата принесла немало преимуществ. Техас же является ведущим производителем и потребителем энергии в стране, поэтому энвайронментализм не является частью его бренда'.

Рассмотренные выше неологизмы в большей мере несут в себе номинативную (когнитивную) функцию и позволяют привязать повествование к современной действительности, при этом подобные образования существуют вне субъективной оценки говорящего / пишущего.

Отношение же между языковыми единицами и реальными условиями их употребления в коммуникативном пространстве, в котором взаимодействуют говорящий / пишущий и слушающий / читающий изучается прагмалингвистикой. «При этом важное значение приобретают такие параметры и характеристики ситуации общения, как место и время речевого взаимодействия, цели и ожидания коммуникантов и др. Фактически, лингвопрагматика ввела в описание языка акциональный (деятельностный) аспект» [Олешков, 2006, с. 12]. Таким образом, актуализация и реализация прагматических функций происходит в связи с потребностью коммуниканта выразить свою субъективную оценку. Отсюда возникает вопрос выбора ЛЕ (при необходимости – создание неологизма) с целью её употребления в рамках осуществления коммуникации. В результате изучения примеров использования неологизмов сделан вывод, что употребление нового слова чаще всего сопровождается реализацией следующих прагматических функций: экспрессивной, игровой, социальной, спацио-темпоральной, апеллятивной, компрессионной. Отдельно речь пойдёт о компенсаторной функции.

Практически любой неологизм обладает определённым эффектом новизны, а значит, не лишен экспрессивности, то есть выполняет экспрессивную функцию. Следует отметить, что публицистический стиль, как никакой другой, является прагматически маркированным, то есть служит агитации и пропаганде, поэтому экспрессия не является самоцелью, но неразрывно связана с оценочной деятельностью адресанта сообщения. Таким образом, оценочность и эмоциональность являются компонентами более широкого понятия – экспрессивности. Эмоционально-оценочный компонент может выступать на первый план при формировании лексического значения слова, поэтому целесообразно говорить отдельно о данной группе. В качестве примера будут рассмотрены неологизмы, связанные с обсуждением возможности выхода Великобритании из ЕС: *Remainia* – противники выхода Великобритании из ЕС, *Brexitland*, *Brexitteer*, *hard-Brexitteer* – сторонники процесса. В статье «Brexit – the Triumph of a Word» объясняются мотивы создания данных неологизмов: не вызывать негативных реакций и ассоциаций. Так, *Brexitteer*, а не *Brexitteer* было образовано по аналогии с *buccaneer*, *pioneer*, *musketeeer*, чтобы создать атмосферу приключения и романтизма. Выбор в пользу *Remainians* или *Bremainers*, *Remoaners*, но не *Remainers* объясняется негативными ассоциациями, связанными с последним словом, вызывающими ощущение остатков несъеденной холодной еды [Katz, 2016].

Игровая функция наиболее очевидно проявляет себя в неологизмах-окказионализмах, отличающихся образностью, меткостью и оригинальным смысловым содержанием. Например, использованные в речи Борисом Джонсоном в период борьбы за пост премьер-министра Великобритании:

(8) *He upset Italians by saying he was “pro-secco but by no means anti-pasto”* [Rosbif with Cake, 2019, p. 45] – 'Его заявление о том, что он убеждённый “pro-secco”, но никак не “anti-pasto”, разочаровало итальянцев'.

Окказионализмы, основанные на игре итальянских слов и слов, образованных по правилам английской аффиксальной словообразовательной модели, созданы, с одной стороны, чтобы ёмко показать позицию Джонсона, с другой стороны – выразить через иносказание не самую приятную новость для итальянцев: если Италия предоставит Великобритании доступ к единому рынку Евросоюза, то не потеряет экспорт просекко в Великобританию. Наряду с краткостью высказывания автором достигнута цель – привлечь максимальное внимание к своей позиции, заставить задуматься и обсуждать.

Использование языковой игры вовлекает реципиента в процесс «угадывания смыслов» путем более экономного способа выражения мысли, поэтому для реализации данной функции важно, чтобы коммуниканты имели одинаковые фоновые знания и социальную соотнесённость. В подобных случаях можно вести речь о феномене приватности знания, то есть осознании факта наличия сходного культурно-социального кода, что приводит к ощущению субъективной близости с автором статьи. Нельзя не указать и на то, что интерпретация подобных высказываний задаёт сознанию когнитивно-прагматическую творческую задачу и именно в силу предпринятого усилия способна доставить интеллектуальное и эстетическое удовольствие. Действительно, в силу психологических факторов добытое «пóтом» представляет бóльшую ценность.

Субститутивная функция связана с потребностью употребления нового эмоционально и стилистически нейтрального слова с целью замены нежелательных или слишком резких обозначений (эвфемизация) или замены эмоционально и стилистически нейтрального слова более грубым, пренебрежительным (дисфемизация) [Чо, 2008]. Так появляются неологизмы для минимизации негативного воздействия на общественность при упоминании военных действий, например, *disposition matrix* вместо *kill list*, *unprivileged belligerent* для *enemy combatant* [Gharavi, 2019]. Примером обратного эвфемизации процесса, то есть намеренное использование ЛЕ с негативной смысловой нагрузкой, является *bullshit* в значении '*a blatantlie*' [Urban Dictionary, 2019]. Дисфемизм-неологизм, заменяя эмоционально нейтральное слово, позволяет коммуниканту сделать высказывание экспрессивным, подчеркнуть своё отношение к описываемому неологизмом явлению или предмету.

Социальная функция – маркер принадлежности говорящего и слушающего к определённой социально-возрастной и профессиональной среде. В исследованиях по лингвопрагматике отмечается, что социальная сфера активности коммуникантов является во многом определяющим. Так, «разграничение социальных сфер деятельности субъектов на производственно-институционную, обслуживания, семейно-бытовую, досуга, окказиональную (однократная встреча с другим человеком) обуславливает уровень конвенциональности, стереотипности, ритуализации, клишированности речевого взаимодействия, а также степень «жесткости» социального контроля» [Олешков, 2006, с. 15]. Употребление неологизмов в периодических изданиях новостной направленности находится в прямой зависимости от вышеперечисленных условий, поэтому, например, журнал *The Economist* ориентирован «на образованных читателей, в том числе, на людей, принимающих решения» [About us, 2019], чем и ограничивает социальную функцию неологизма. Так, профессиональная дифференциация языка, являющаяся одним из

чрезвычайно важных прагматических факторов, действующих в активных номинативных процессах [Заботкина, 1989, с. 20], приводит к созданию своеобразного жаргона, например, *smallsat*, *nanosat*, *CubeSat* (малоразмерный спутник) при описании не только новых технологий, но и новых направлений, открывающихся для экономики при использовании спутниковых новаций. Термин *nanosat* был включён в словарь технических терминов для специалистов в области телекоммуникации и цифровых медиа и маркирован третьим уровнем сложности, так как относится к числу часто используемых в СМИ узкоспециальных слов, но требует определённых знаний для понимания его значения [Ruttenbeck, 2006, p. 182].

Результаты «возрастной» дифференциации языка наиболее очевидно наблюдаются в речи подростков и молодёжи, например, база данных неологизмов университета Райс [The Rice University Neologisms Database, 2019] в большей мере представляет новые слова и словосочетания, используемые в молодёжной среде, куда уже включено более 5000 единиц. Примером неологизма, совмещающего в себе социально-профессиональные и возрастные характеристики, является *ling-ling* значением '*linguistics, especially a linguistics class*': *How is ling-ling going?* Составители поясняют, что данное слово используется студентами университета Райс, так как сокращённо курс в форме регистрации указывается как LING.

Неологизм может имплицитно содержать в себе указание как на определённый исторический период, эпоху, так и на местность, локацию. Таким образом, способность неологизма кодировать информацию по линии время-место позволяет говорить о его спацио-темпоральной прагматической функции. К лексическим единицам данной группы можно отнести неологизм *Brexit* – процесс выхода Великобритании из ЕС, который содержит в себе и чёткую временную характеристику описываемого явления (конец второго десятилетия XXI в.), и указание на географию брексита (Великобритания). В эту же группу входит неологизм *Singapore-on-Thames*, который часто упоминается в речах сторонников брексита, желающих последовать примеру Сингапура как государству, воплотившего основные принципы свободной торговли. Очевидно, что помимо социально-политического фактора, определяющего прагматику данных неологизмов, актуализируется и территориальный фактор (так как речь идёт о реалиях Великобритании).

Особое значение при употреблении неологизмов имеет апеллятивная функция, когда создание нового слова обусловлено прежде всего потребностью привлечь внимание к высказыванию. Вероятно, такую функцию выполняет неологизм *Texafornia*, полученный при соединении (амальгамировании) фрагментов двух основ *Texa(s)* и *(Cali)fornia*, чтобы наиболее наглядным способом показать необходимость использования положительных практик двух штатов в комплексе:

(9) *California could steal Texas's expansive approach to house building; Texas could imitate California's investment in outstanding universities. Americans elsewhere might be less alarmed by demographic change if they visited great cities like Houston, LA and Dallas. Call this imagined place Texafornia* [Texafornia Dreaming, 2019, p. 7] в – 'Калифорния могла бы перенять техасский экспансионистский подход к строительству, а Техас мог бы скопировать у Калифорнии идею инвестиций в выдающиеся университеты. Остальные американцы не испытывали бы такой тревоги по поводу демографической ситуации, посети они такие великие города, как Хьюстон, Лос-Анджелес и Даллас. Это воображаемое место можно было бы назвать Тексафорнией'.

В рамках апеллятивной функции следует соотнести роль неологизма с задачей автора неологизма сформировать определённое мнение у читателя. Привлечение внимания адресата за счёт новизны, образности, эмоциональности или оценочности является необходимым первым шагом для реализации основных целей, преследуемых автором

аргументативного дискурса: заставить соразмышлять, переживать, склонить к своей точке зрения. Так, например, было предложено выделить в языке прессы манипулятивную и формирующую функции, когда при донесении информации автор (журналист) косвенно высказывает своё мнение о каком-то событии, и поэтому «в прессе часто используются языковые средства, которые имплицитно несут в себе не только информацию, но и видение тех или иных событий. Таким образом, имплицитно происходит манипуляция, которая приводит к формированию определённой точки зрения у читателя, которая будет схожа с авторской» [Акимцева, 2016, с. 478]. К таким языковым средствам можно отнести неологизмы-эфемеризмы (слова, широко употребляемые в определённые периоды общественного развития, как правило, связанные с деятельностью отдельных политических деятелей, но затем не вошедшие в общий фонд, а употребляемые только в связи с конкретными событиями) [Заботкина, 1989, с. 24], например: *Mayism* «the political ideology of Theresa May, the Conservative British Prime-Minister. Her practices are unpopular with the British people and often criticized for being authoritarian» [Urban Dictionary, 2019] или *Trumpian* «resembling the philosophy and rhetoric of U.S. President Donald Trump. Generally characterized by inflammatory rhetoric, xenophobia, and hostility to criticism» [The Rice University Neologisms Database, 2019]. Использование неологизма *Trumpian* при пояснении цитат в кавычках в приводимых примерах отражает оценочное отношение авторов к новому феномену, а скептицизм и негативные ассоциации по отношению к политикам находят выражение в уже сформированных словарных дефинициях:

(10) *Ms Warren's plan has a Trumpian echo, too: it was released under the banner of "economic patriotism", Mr Biden's language on this point – he says he wants "strong new measures to stop other countries from cheating on their climate commitments" – sounds almost Trumpian* [Green New Democrats, 2019, p. 31] – 'План госпожи Уоррен тоже попадает трамповщиной, ведь его обнародовали под лозунгом "экономического патриотизма". Риторика мистера Байдена по этому вопросу также звучит в трамповском духе: "Необходимо принять новые решительные меры с тем, чтобы помешать другим странам корыстно наживаться на своих обязательствах по климату'.

Компрессионная функция связана со стремлением к экономии речевых ресурсов, и английский язык располагает разными способами реализации данной прагматической задачи. Находясь в поисках компромисса между решением поставленных коммуникативных задач и стремлением минимизировать языковые усилия, авторы часто прибегают к отработанным моделям образования новых слов. Во-первых, сюда можно отнести неологизмы, образованные при помощи префиксов *re-*, *anti-* и *pro-*. Префикс *re-* ассимилирует со значением повторного или заново осуществляемого действия, как в следующих примерах *reconglomeration* со значением '*the process of forming a conglomerate again*'; *re-engineering* '*the restructuring of a company or part of its operations, esp. by utilizing information technology*', когда автору не надо использовать наречия и уточняющие слова при описании повторного действия. Префиксы со значением 'быть против чего-либо, кого-либо' (*anti-*) и со значением 'поддерживать что-либо, кого-либо' (*pro-*) легко сочетаются с любыми словами разной частеречной принадлежности и также позволяют избегать громоздких фраз. В связи с этим производные слова с данными префиксами часто не фиксируются словарями, так как достаточно понимать механизм словообразовательной модели, чтобы создавать новые слова, отвечающие требованиям английского языка: *anti-migrant protests*, *anti-corruption*, *anti-gay laws*, *anti-Prespa voters*, *Anti-Morsi protesters*, *anti-immigrant*, *anti-Brexit demonstration*, *pro-Europe*, *pro-Morsi protesters*, *pro-sprawl*, *pro-immigration*, *pro-Remain position*, *pro-Trump*, *pro-Russian president*,

pro-democracy protests. Вероятно, с целью языковой экономии употребляется суффиксальный неологизм *nuke-wards*:

(11) *For the time being, Iran is more interested in hinting at such options than dashing nuke-wards* [The Narrowing Gyre, 2019, p. 18] – 'Пока Ирану выгоднее лишь намекать на подобное развитие событий, а не размахивать ядерной дубинкой'.

Значение неологизма, опираясь на контекст, можно описать как *'moving towards nuclear weapons production and use'*, а его усечённая форма позволяет автору избежать официальной тональности и сделать акцент на аналитическом характере статьи. Семантика отобранных неологизмов отражает темы, которые волнуют общество на данном этапе в большей мере: выборы, коррупция, миграционная политика, ядерная угроза, выход Великобритании из Евросоюза.

В результате стремления к экономии языковых ресурсов часто используются сложнопроизводные слова, появившиеся в языке в результате изоляции синтаксических словосочетаний. Например, автор статьи, посвящённой вопросам внешней политики в период президентства Дональда Трампа, использует сложнопроизводные слова, которые ёмко, но точно отражают суть предвыборной программы американского президента: *pro-little-guy* 'в защиту простого человека', *anti-big-business* 'антимонополистский', *nigh-on-isolationist* 'про-изоляционистский'.

(12) *His volte face over the retaliatory raid reportedly followed a conversation with Tucker Carlson, a Fox News host keen to be seen standing up for the promises of that campaign – pro-little-guy, anti-big-business, nigh-on-isolationist* [The Narrowing Gyre, 2019, p. 19] – 'Как сообщается, он резко изменил свои взгляды по поводу упреждающих авиарейдов после разговора с Такером Карлсоном, ведущим канала Fox News, который напомнил о лозунгах предвыборной кампании: в защиту простых людей, против монополий и в поддержку политики изоляционизма'.

Среди прочих прагматических функций неологизма отдельно стоит отметить компенсаторную, которая активно обсуждается в психолингвистических и медицинских исследованиях, где рассматриваются причины образования неологизмов лицами с диагностированными нарушениями мышления. В подобных случаях говорящий прибегает к созданию неологизма с тем, чтобы заместить забытую лексическую единицу, таким образом компенсируя недостающую лексему и обеспечивая (но не всегда успешно) коммуникацию. Подобные неологизмы обычно образованы по телескопической модели и позволяют индивиду заполнить затянувшуюся паузу, вызванную необходимостью подобрать нужное слово (*mammal+animal=mammimal*, *scent+smell=sment* и т. п.) [Linguistic Disorders..., 2008, с. 188]. Для данных неологизмов (точнее окказионализмов, поскольку они не закрепляются узуально), как указывают специалисты, часто отсутствуют механизмы, по которым можно расшифровать заключённое в них семантическое значение – поэтому они остаются понятны в первую очередь только говорящему и его ближайшему окружению [Баймурзаева, Аккиева, 2017]. Вероятно, для говорящего подобный акт словотворчества выполняет не только номинативную (ведь он заново называет артефакт), но и некоторые прагматические функции (в стремлении сохранить лицо, скрыть своё состояние и т. п.).

Таким образом, систематизация возможных намерений коммуниканта при создании и употреблении нового слова позволила определить границы когнитивно-прагматического функционирования неологизмов. Важным является наблюдение, что функции редко выступают изолированно и автономно: практический анализ демонстрирует тот факт, что в конкретном высказывании коммуникант реализует через неологизм кластер функций, а значит, говорящий обычно иллокутивно преследует несколько целей одновременно.

4. Заключение

Анализ теоретического материала, касающегося вопросов определения, критериев и характеристик объектов изучения неологии демонстрирует отсутствие универсального определения неологизма. Авторы берут за основу факт материализованности отношения между означаемым и означающим на определённом этапе развития лексикона в языке, что позволяет считать неологизмом как зафиксированную словарём ЛЕ, так и окказиональное образование: достаточным является появление ЛЕ в речевом акте для решения определённой задачи коммуниканта. Далее авторами статьи выдвигается предположение, что структура лексического значения слова определяет когнитивно-прагматическое функционирование неологизма, в результате анализа примеров новых ЛЕ выделяются: когнитивная функция, связанная непосредственно с процессом номинации, и прагматические функции (экспрессивная, игровая, субститутивная, социальная, спацио-темпоральная, апеллятивная, компрессионная, компенсаторная), реализуемые говорящим в акте коммуникации через неологизм. Несмотря на выделение отдельных групп когнитивно-прагматических функций, необходимо помнить, что в речевом акте неологизм отражает комплексные коммуникативные задачи (вероятно, за исключением терминологических единиц, главная функция которых – номинировать) с разной степенью проявления любой из них, поскольку ощущение новизны при использовании неологизма в большинстве случаев связано, прежде всего, с экспрессией. Предложенные функции неологизмов не являются окончательными. Например, объективный рост количества неологизмов, который наблюдается в последние десятилетия и мгновенно фиксируется онлайн-словарями (см., напр., www.urbandictionary.com), связан и с тем, что «оригинатор» неологизма имеет возможность донести результат своего словотворчества потенциально неограниченному интернет-сообществу, что сокращает путь от первого употребления новой лексемы до её возможной узурпации языковым коллективом.

Список литературы

- Акимцева, 2016 – Акимцева, Ю. В. Функциональные аспекты языка прессы [Электронный ресурс] / Ю. В. Акимцева // Молодой ученый. – 2016. – № 18. – С. 478–480.
- Баймурзаева, Аккиева, 2017 – Баймурзаева, Г. Б. Неологизмы в идиосинкратической речи лиц с расстройством мышления [Текст] / Г. Б. Баймурзаева, А. А. Аккиева // Язык и текст. – 2017. – Т. 4. – № 2. – С. 45–56.
- Белькова, 2018 – Белькова, А. Е. Функционирование неологизмов в интернет-ресурсах: на материале сайта NoName [Текст] / А. Е. Белькова. – Нижневартовск: Изд-во НВГУ, 2018. – 112 с.
- Заботкина, 1989 – Заботкина, В. И. Новая лексика современного английского языка [Текст] / В. И. Заботкина. – М.: ВШ, 1989. – 126 с.
- Линь, Кончакова, 2015 – Линь, Е. Прагматические функции неологизмов в современных СМИ [Текст] / Е. Линь, С. В. Кончакова // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2015. – Т. 20. – Вып. 11 (151). – С. 193–197.
- Никитин, 1988 – Никитин, М. В. Основы лингвистической теории значения: учеб. пособие [Текст] / М. В. Никитин. – М.: ВШ, 1988. – 168 с.
- Новое в русской лексике, 1996 – Новое в русской лексике. Словарные материалы – 86 [Текст] / ред. С. И. Алаторцева, Т. Н. Буцева; под общ. ред. Н. З. Котеловой. – СПб., 1996. – 381 с.
- Облачные технологии [Электронный ресурс]. URL: https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/Облачные_технологии (дата обращения: 31.08.2019).
- Олешков, 2006 – Олешков, М. Ю. Основы функциональной лингвистики: дискурсивный аспект: учеб. пособие [Текст] / М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил, 2006. – 146 с.
- Попова и др., 2017 – Попова, Т. В. Неология и неография современного русского языка [Электронный ресурс]: учеб. пособие [Текст] / Т. В. Попова, Л. В. Рацибурская, Д. В. Гугунава. – М.: ФЛИНТА, 2017. – 167 с.

- Тогоева, 2000 – Тогоева, С. И. Современная лексикография и новые единицы номинации [Текст] / С. И. Тогоева. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 2000. – 147 с.
- Торопцев, 1980 – Торопцев, И. С. Словопроизводственная модель [Текст] / И. С. Торопцев. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1980. – 146 с.
- Чо, 2008 – Чо, Д. Д. Функционирования неологизмов в языке газеты [Текст] / Д. Д. Чо // Russian Language Journal. – 2008. – Vol. 58. – С. 133–157.
- About Us, 2019 – About Us [Electronic Resource] // The Economist. – URL: <https://www.economist.com/help/about-us>. (дата обращения: 31.08.2019).
- Cabré Castellví, 1999 – Cabré Castellví, M. T. – Terminology: Theory, Methods and Applications [Text] / M. T. Cabré Castellví. – Amsterdam : John Benjamins Publishing, 1999. – 248 p.
- Creus, Julià-Muné, 2014 – Creus, I. Neologismes Semantics. Semantic Change [Electronic Resource] / I. Creus, J. Julià-Muné // Mots Nous en Català. New Words in Catalan: Una Panoramic Geolectal. A Diatopic View / ed. by M. T. Cabré, O. Domènech, R. Estopà. – Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2014. – P. 179–205.
- Linguistic Disorders..., 2008 – Linguistic Disorders and Pathologies: An International Handbook [Text] / ed. by G. Blanken, J. Dittmann, H. Grimm, J. C. Marshall, C.-W. Wallesch. – Berlin : de Gruyter, 2008. – 976 p.
- Rutenbeck, 2006 – Rutenbeck, J. Tech Terms What Every Telecommunications and Digital Media Professional Should Know [Text] / J. Rutenbeck. – New York, 2006. – 288 p.
- Rey, 1995 – Rey, A. Essays on Terminology [Text] / A. Ray / Translated and edited by Juan C. Sager, introduction by B. de Bessé. – Amsterdam : John Benjamins Publishing, 1995. – 223 p.
- The Rice University Neologisms Database, 2019 – The Rice University Neologisms Database [Electronic Resource]. – URL : <https://neologisms.rice.edu> (дата обращения: 31.08.2019).
- Urban Dictionary, 2019 – Urban Dictionary [Electronic Resource]. – URL : <https://urbandictionary.com> (дата обращения: 31.08.2019).

Источники иллюстративного материала [Illustration material sources]

- Bartleby, 2019 – Bartleby. Unconsoled [Text] // The Economist. – 2019. – June 15. – P. 54
- Chowdhury, Sundaram, 2019 – Chowdhury A. Facebook and Friends Threaten to Libralize the World [Electronic Resource] / A. Chowdhury, J. K. Sundaram. – URL : <http://www.ipsnews.net/2019/07/facebook-friends-threaten-libralize-world/> (accessed 31.08.2019).
- Coin Flip, 2019 – Coin Flip [Text] // The Economist. – 2019. – June 22. – P. 49–51.
- Flying Start, 2019 – Flying Start [Text] // The Economist. – 2019. – June 15. – P. 53–54.
- Foodoo Economics, 2019 – Foodoo Economics [Text] // The Economist. – 2019. – August 3. – P. 56.
- Gharavi, 2019 – Gharavi, M. M. Neologism: How Words Do Things with Words (June, 2012) [Электронный ресурс] / M. M. Gharavi. – URL: <http://www.thewhitereview.org/feature/neologism-how-words-do-things-with-words/> (дата обращения: 31.08.2019).
- Green New Democrats, 2019 – Green New Democrats [Text] // The Economist. – 2019. – June 15. – P. 31.
- Katz, 2016 – Katz, I. Brexit – the Triumph of the Word (September 24, 2016) [Electronic Resource] / I. Katz. – URL: <https://www.spectator.co.uk/2016/09/brexit-the-triumph-of-a-word/> (дата обращения: 31.08.2019).
- Libralised Finance, 2019 – Libralised Finance [Text] // The Economist. – 2019. – June 22. – P. 51.
- Orbital Ecosystem, 2019 – Orbital Ecosystem [Text] // The Economist. – 2019. – June 15. – P. 67.
- Rosbif with Cake, 2019 – Rosbif with Cake [Text] // The Economist. – 2019. – June 22. – P. 45.
- Texaifornia Dreaming, 2019 – Texaifornia Dreaming [Text] // The Economist. – 2019. – June 22. – P. 7.
- The Cost of Going Green, 2019 – The Cost of Going Green [Text] // The Economist. – 2019. – June 22. – P. 10–11.
- The Narrowing Gyre, 2019 – The Narrowing Gyre [Text] // The Economist. – 2019. – June 29. – P. 18–20.

References

- Akimtseva, Ju. V. (2001). Funktsional'nye aspekty yazyka pressy [Functional Aspects of Mass Media Language]. *Molodoy uchenyy* [Young Scientist], 18, 478–480.
- Baimurzaeva, G. B., Akkiewa, A. A. (2017). Neologizmy v idiosinkrativheskoy rechi lits s rasstroystvom myshleniya [Neologisms in the idiosyncratic speech of persons with a thinking disorder]. *Yazyk i text* [Language and Text], 4 (2), 45–56.
- Bel'kova, A. E. (2018). *Funktsionirovanie neologizmov v internet-resursakh: na material sayta NoNaMe* [Functions of Neologisms in Internet Resources: on Material of NoNaMe site]. Nizhnevartovsk : NVGU Press.
- Zabotkina, V. I. (1989). *Novaya leksika sovremennogo angliyskogo yazyka* [New Vocabulary of Modern English]. Moscow : Vysshaya shkola Press.
- Lin', E., Konchakova, S. V. (2015). Pragmaticheskie funktsii neologizmov v sovremennykh SMI [Pragmatic Functions of Neologisms in Modern Media]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Ser. Gumanitarnye nauki* [The Tambov State University Review. The Humanities], 20, 11 (151), 193–197.
- Nikitin, M. V. (1988). *Osnovy lingvisticheskoy teorii znacheniya* [Foundations of the Linguistic Theory of Meaning]. Moscow : Vysshaya Shkola Press.
- Alatortseva, S. I., Butseva, T. N., Kotelov, N. Z. (Eds.). (1996). *Novoye v russkoy leksike. Slovarnye materialy – 86* [New in Russian Lexis. Dictionary Entrances – 86]. St Petersburg.
- Oblachnye tekhnologii [Cloud technologies]. Retrieved August 31, 2019 from <<https://www.e-executive.ru/wiki/index.php/Бизнес-википедия>>.
- Oleshkov, M. Ju. (2006). *Osnovy funktsional'noy lingvistiki: diskursivnyy aspekt* [Foundations of Functional Linguistics: Discourse Aspect]. Nizhniy Tagil : Nizhniy Tagil State Social Pedagogical Academy Press.
- Popova, T. V. (2017). *Neologiya i neografiya sovremennogo russkogo yazyka* [Neology and Neography of Modern Russian]. Moscow : FLINTA Press.
- Togoeva, C. I. (2000). *Sovremennaya leksikografiya i novye edinitsy nominatsii* [Modern Lexicography and New Lexemes]. – Tver: Tver State University Press.
- Toroptsev, I. S. (1980). *Slovoproizvodstvennaya model'* [Word formation Patterns]. Voronezh : Voronezh State University Press.
- Cho D. D. (2008). Funktsionirovaniya neologizmov v yazyke gazety [The Functioning of Neologisms in the Newspaper Language]. *Russian Language Journal*, 58, 133–157.
- About Us. (2019). *The Economist*. Retrieved August 31, 2019 from <<https://www.economist.com/help/about-us>>.
- Cabré Castellví, M. T. (1999). *Terminology: Theory, Methods and Applications*. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company.
- Creus I., Julià-Muné J. (2014). Neologismes Semantics. Semantic Change. In M. T. Cabré, O. Domènech, R. Estopà, *Mots Nous en Català. New Words in Catalan: Una Panoramic Geolectal. A Diatopic View* (pp. 179–205). Amsterdam : John Benjamins Publishing Company.
- Blanken, G., Dittmann, J., Grimm, H., Marshall, J. C., Wallesch, C.-W. (Eds.). (2008). *Linguistic Disorders and Pathologies: An International Handbook*. Berlin : de Gruyter.
- Rutenbeck, J. (2006). *Tech Terms What Every Telecommunications and Digital Media Professional Should Know*. New York.
- Rey, A. (1995). *Essays on terminology* / Translated and edited by Juan C. Sager, introduction by Bruno de Bessé. Amsterdam : John Benjamins Publishing, 223 p.
- The Rice University Neologisms Database. (2019). Retrieved August 31, 2019 from <<https://neologisms.rice.edu>>.
- Urban Dictionary. (2019). Retrieved August 31, 2019 from <<https://urbandictionary.com>>.