

Список літератури:

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. Москва : Изд-во иностр. лит-ры, 1955. 416 с.
2. Грайс П. Логика и речевое общение. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 217–237.
3. Дземидок Б. О комическом [пер. с польск. С. Свяцкий; авт. послесл. А. Зись]. Москва : Прогресс, 1974. 223 с.
4. Карасев Л.В. Парадокс о смехе. *Вопросы философии*. Москва : Наука, 1989. № 5. С. 47–65.
5. Кифер Ф.О. О пресуппозициях. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1978. Вып. 8. С. 337–369.
6. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. Москва : Эдиториал УРСС, 2007. 352 с.
7. Курганов Е. Анекдот как жанр. СПб. : Академический проект, 1997. 123 с.
8. Літературознавчий словник-довідник / Р.Т. Гром'як, Ю.І. Ковалів та ін. Київ : ВЦ «Академія», 1997. 752 с.
9. Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии. Москва : Искусство, 1968. 191 с.
10. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва : Гнозис, 2003. 280 с.
11. Мартынюк А.П. Несоответствие норме как источник смехового эффекта в тексте англоязычного анекдота. *Записки з романо-германської філології*. Вип. 20. Одеса : Фенікс, 2008. С. 80–89.
12. Месропова О.М. Структурные прагматические и содержательные аспекты текстотипов «анекдот» и «шутка»: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. СПб., 2006. 18 с.
13. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики. СПб. : Научный центр проблем диалога, 1996. 760 с.
14. Норман Б.Ю. К анализу анекдота как жанра непрямої комунікації. *Непрямая коммуникация*. Саратов : Колледж, 2003. С. 283–290.
15. Падучева Е.В. Высказывание и его соотносительность с действительностью (референциальные аспекты семантики местоимений). Москва : Эдиториал УРСС, 2002. 288 с.
16. Почепцов Г.Г. Избранные труды по лингвистике. Харьков : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2009. 556 с.
17. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США. Харів : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2012. 360 с.
18. Givon T. Forward implications, backward presuppositions and the time axis of verbs. Kimball J.P. (ed.) *Syntax and Semantics*. Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1972. Vol. 1. P. 29–50.
19. Kadmon N. Formal pragmatics: semantics, pragmatics, presupposition, and focus. London : Wiley-Blackwell, 2001. 442 p.
20. Karttunen L. Presuppositions of Compound Sentences. *Linguistic Inquiry*. Vol. 4. No. 2. 1973. P. 169–193.
21. Kiparsky P. Fact. *Progress in linguistics*. The Hague : Mouton, 1970. P. 143–173.
22. Kotschi T. Negation und Implikation: Bemerkungen zum Begriff der Präsupposition als semantischer und pragmatischer Kategorie. *Deutsche Sprache*. 1976. Heft 4. S. 97–119.
23. Lakoff G. Linguistics and natural logic. *Synthese*. No. 22. 1970. P. 151–271.
24. Meibauer J. Pragmatik. Tübingen : Stauffenburg, 2001. 208 p.
25. Ulfig A. Präsuppositionen und Hintergrundwissen. Eine Kritik am formalpragmatischen Präsuppositions-begriff. Prayer G. et al. A. (Hg.) *Intention – Bedeutung – Kommunikation*. Opladen : Westdeutscher Verl., 1997. P. 321–342.

УДК 81'373=111:165

Біргітта Телман Бек

Відділ Шведських середніх закладів, м. Стокгольм, Швеція

Агейчева А.О., Лелюк В.Р., Безручко М.С.

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

**КОГНІТИВНІ І ПРАГМАТИЧНІ ЧИННИКИ УТВОРЕННЯ НОВИХ СЛІВ
В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Анотація. Статтю присвячено аналізу когнітивних і прагматичних чинників утворення нових слів в англійській мові. Застосовано такі методи лінгвістичного аналізу, як дефініційний, семантичний і словотвірний аналіз, метод кількісних підрахунків; матеріал дослідження отримано шляхом суцільної вибірки із лексикографічних джерел. Зосереджено увагу на розгляді та класифікації неологізмів на основі співвідношення різних когнітивних мотивів їх формування.

Ключові слова: когнітивний чинник, прагматичний чинник, неологія, неологізм, словотвір.

Birhitta Thellman Bek

Swedish Secondary Institutions Department

Ageicheva A.O., Leliuk V.R., Bezruchko M.S.

Poltava National Technical Yuriy Kondratyuk University

COGNITIVE AND PRAGMATIC FACTORS OF FORMING NEW WORDS IN ENGLISH

Summary. The article is concerned with the analysis of cognitive and pragmatic factors in the formation of new words in English. Such methods of linguistic research as definition, semantic and word-formation analysis as well as the method of quantitative calculations have been applied; empiric material under study has been selected from lexicographic sources by means of continuous sampling method. The attention is focused on the consideration and classification of neologisms on the basis of the ratio of different cognitive motives of their formation.

Keywords: cognitive factor, pragmatic factor, neology, neologism, word formation.

Постановка проблеми. Словниковий склад сучасної англійської мови знаходиться в стані безперервної зміни і розвитку. Одним з найбільш переконалих проявів цього процесу є поповнення мови новими лексичними одиницями – словами і словосполученнями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні десятиліття з'явилася значна кількість неологізмів, породжених стрімким розвитком науки і техніки, змінами в суспільно-політичній, економічній, культурній сфері життя суспільства. Відносно нова галузь мовознавства – неологія розглядає причини появи лексичних новоутворень, особливості їхньої реєстрації в лексикографічних джерелах, способи їх утворення. Матеріалом для аналізу послужили 308 неологізмів, зафіксованих в наступних електронних словниках: *Cambridge Dictionary*, *Macmillan Dictionary*, *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, *Word Spy*.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак дослідженню когнітивних і прагматичних механізмів, що лежать в основі креативної діяльності мовної особистості зі створення нових мовних знаків, приділялася недостатня увага, що і обґрунтовує актуальність даної роботи.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у виявленні прагматичних і когнітивних чинників створення нових слів в англійській мові за період 2017-2018 років.

Виклад основного матеріалу дослідження. Новизна дослідження полягає в тому, що вперше здійснюється спроба аналізу і класифікації неологізмів на основі співвідношення різних когнітивних мотивів їх формування і тієї прагматичної установки, яка реалізується в процесі словотворення. Крім того, аналізу піддається новітній матеріал – слова, зафіксовані в англомовних словниках за останні два роки.

Як відомо, неологізми – це слова і словосполучення, які з'явилися в мові для найменування нових явищ, понять, об'єктів, фактів. Як правило, ці одиниці утворюються за діючими в тій чи іншій мові моделями словотворення або запозичуються з інших мов. Неологізми демонструють «умови, причини, мотиви і конкретні способи появи нових знаків мови, особливості їх моделювання» [5, с. 7]. Всі нові одиниці створюються людиною як результат когнітивної діяльності та проникнення в суть всього, що відбувається в навколишньому світі, і потреби виразити цей досвід пізнання в мовній формі. Неологізм – це «результат креативної роботи людської свідомості, яка визначається інтелектуальною, предметно-практичною діяльністю людської свідомості» [4, с. 150–151]. На думку І.А. Гаврилової, поява неологізмів зумовлена певними факторами: «...поява в процесі пізнання дійсності нових концептів і їх терміноворення; уточнення, переосмислення і поглиблене пізнання вже зафіксованих суспільною свідомістю фрагментів концептуальної картини світу; когнітивно-комунікативні чинники» [1, с. 236]. Нові знання, а також більш глибоке і повне розуміння вже пізнаного піддаються осмисленню і співвіднесенню з концептуальною картиною людської свідомості. Ці нові фрагменти знання, так звані «мерехтливі концепти» [6, с. 123], з одного боку, мають референтну віднесеність до

світу дійсності, а з іншого боку, співвідносяться з когнітивним досвідом людини.

У свідомості людини відбуваються осмислення та ідентифікація нової інформації, її категоризація, субкатегоризація. На наступному етапі освіти нового слова вступає в силу прагматичний фактор – пошук нового найменування, так як, за словами В.І. Заботкіної, «поява нових одиниць викликана необхідністю дати назву ще не названому, прагненням до більшої виразності і краси» [3, с. 17]. Так, визнаючи рівноцінну значимість і прагматичних, і когнітивних чинників, слід визнати первинність когнітивних процесів, що породжують прагматичну потребу створення нової номінативної одиниці для фіксації нового сенсу. У кожного мовного знака є момент його народження, момент його первинної появи в мові. І, на думку О.С. Кубрякової, для більшості знаків сучасних мов «ці моменти не підлягають відновленню, і як відбувається процес об'єктивації особливої структури знання в окреме слово, ми не знаємо. Неологізми демонструють нам саме це: умови, причини, мотиви і конкретні способи появи нових знаків мови, всі особливості їх моделювання» [4, с. 6–7].

Аналіз 308 зазначених новоутворень дозволило виявити два провідних когнітивних фактора їх утворення. Перший фактор – це поява нових концептів або неоконцептів. «Неоконцепт – це завжди нова інформація, яка є критерієм ідентифікації об'єкта навколишньої дійсності, носієм певної концептуальної системи» [3, с. 134]. Основним критерієм виявлення неоконцептів є відсутність лексичних одиниць, концентруючих відповідний концепт. Статус неоконцепта підтверджується відсутністю його дефініції в лексикографічних джерелах, відсутністю його можливої актуалізації в іншій мовній формі, відсутністю слів-синонімів, що об'єктивують даний концепт. Наприклад, такі неологізми називають нові явища нашого життя, напр.:

microlattice 'a very light, thin structure made from metal strips that cross each other with spaces in between' [7] – *конструкція, що представляє собою переплетені смужки з надлегкого і тонкого металу.*

Інший приклад: *rovable* 'a very small robot that can be worn on your body and carry out a number of different task' [7] – *робот маленького розміру, який може знаходитися на тілі людини і виконувати різні завдання.*

Такі слова є мовною репрезентацією новітніх науково-технічних винаходів і, відповідно, нових концептів. Знаходять об'єктивацію в мові й нові факти і явища з інших сфер, поява яких в істотному ступені викликана стрімким темпом сучасного життя і науково-технічним прогресом:

supertasker 'someone who is very good at doing more than one thing at the same time' [7] – *людина, яка успішно справляється з декількома справами одночасно;*

nap bar 'a place where you can pay money to sleep for a short time during the day' [7] – *заклад, де за певну плату надається можливість короткочасного денного сну.*

Інший когнітивний фактор – більш глибоке і детальне розуміння або переосмислення вже відомих і зафіксованих в концептуальній та мовній картині світу концептів. Потреба в їх пере-

осмисленні може бути викликана виявленням нових властивостей, якостей, характеристик. Нова номінація може бути результатом усвідомлення деяких ознак вже відомих реалій. Це, як правило, знаходить відображення в новій мовній одиниці, яка закріплює в семантичній трансформації, часто метафоричне, образне сприйняття об'єкта. Наприклад:

fatberg 'a massive, hardened agglomeration of fatty substances, particularly found in a sewer and caused by homeowners pouring fats down drains' [10] – великий твердий клубок жиру, що утворюється в каналізаційній системі в результаті зливу в неї жирних відходів;

sun pillar 'a narrow column of light that extends upwards or downwards from the Sun' [7] – промені світла, що виходять від сонця вертикально, що створюють ефект світлового стовпа.

Не можна сказати, що дані неологізми об'єктивують абсолютно нові концепти, ці поняття і явища досить відомі носіям англійської мови. Ймовірно, виникла усвідомлена потреба виділення та ідентифікації деяких фактів в результаті більш глибокого сприйняття, розуміння і вираження ставлення до них, усвідомлення їх актуальності, що знайшло своє відображення в новій мовній формі. Кількісний аналіз неологізмів виявив, що з 308 відібраних одиниць 79 (26%) є неологізмами-неоконцептами. На основі уточнення і поглибленого пізнання вже відомих концептів було утворено 229 нових слів і сполучень (74%). Отже, даний когнітивний фактор більшою мірою сприяє появі новоутворень в мові, відображає постійну пізнавальну активність нашого мозку. Дійсно, частотність появи нового в нашому житті не така велика, незважаючи на високий темп прогресу у всіх сферах. Але всі сучасні досягнення сприяють кращому розумінню і усвідомленню існуючих явищ, об'єктів, фактів.

Прагматичний аспект проявляється в необхідності створення нової мовної форми для нового змісту, що реалізується, як правило, через регулярне або семантичне словотворення. Не було виявлено випадків так званих власне неологізмів, тобто таких одиниць, в яких новизна знакової форми поєднується з новизною змісту. Під новизною мовної форми в даній роботі розуміється абсолютно інноваційна, унікальна форма, що більш властива оказіональним утворенням. Зафіксовані в лексикографічних джерелах новоутворення також марковані конотацією новизни, але так як вони більш контекстно-незалежні, їхня мовна форма є структурно і семантично мотивованою.

Більшість нових одиниць актуалізують новий зміст на основі узувальних словотвірних моделей. Цей прагматичний параметр створення найменування, заснованого на аналогії, закономірний і виправданий, адже новий знак адресований одержувачу, який не повинен зазнавати труднощів при його отриманні та інтерпретації.

Найпродуктивнішим способом утворення неологізмів є словоскладання (160 одиниць). Серед композитів-неологізмів переважають двокомпонентні складені слова. Наприклад:

click-rate 'the proportion of visitors who follow a link from a page on one website to another website' [9]. – кількість відвідувачів сайту, які переходять за посиланням з одного сайту на інший;

digital twin 'a digital representation of a product or piece of equipment' [7]. – цифрова версія продукту або пристрою;

sleep pod 'a space, often a small room with a comfortable chair or small bed, where you can sleep for a short time during the day' – невеличка кімната зі зручним стільцем або маленьким ліжком для короткого сну протягом дня.

Зустрічаються і приклади трикомпонентних композитів:

computer vision syndrome 'a condition of the eye caused by spending a large amount of time looking at a computer screen' – стан дискомфорту в очах в результаті тривалого перебування біля комп'ютера;

gameboy disease – 'a spinal condition in children caused by looking down at hand-held devices' – неправильне положення хребта у дітей при тривалому використанні смартфона або інших пристроїв.

Характерною особливістю сучасного словотвору є багатокомпонентні композити – особливий різновид складених слів, до складу яких входять основи не тільки самостійних частин мови, але й деякі службові слова (прийменники, сполучники і ін.). Деякі з них являють собою цільнооформлені одиниці, утворені за допомогою синтаксичних конструкцій. Наприклад:

mom-as-a-service 'software and online tools that provide services similar to the tasks performed by a mother' [10]. – комп'ютерні програми і пристрої, здатні виконувати деякі дії, характерні для мам;

pay-what-you-can 'relating to a way of selling goods that allows the shopper to pay only what they can afford' [7]. – організація продажу товарів, що дозволяє покупцеві заплатити ту суму, яку він має.

Певна кількість лексичних новоутворень, що розглядаються, утворюються за допомогою прийому усічення (також відомого як "контамінація" або "телескопія") Такі полікомпонентні конструкції в компактній формі передають об'ємний когнітивний зміст і реалізують прагматичний вплив завдяки образності та виразності. За допомогою цього словотвірного способу було утворено 55 одиниць:

beditate (*bed* + *meditate*) 'to meditate in bed' – медитувати в ліжку;

finsta (*fake* + *Instagram*) 'a second account on the social media site Instagram, to which a limited number of people have access' – додатковий обліковий запис в мережі «Інстаграм», який доступний для обмеженої кількості людей.

Важливою відмінністю таких одиниць є їхня здатність до максимальної компресії сенсу, що виникає при з'єднанні фрагментів основ. «На відміну від словотвору, значення первинних основ не просто доповнюють одне одне, але й переплаваються в нове значення, що не зводиться до суми значень цих складових» [2, с. 79].

Аналіз виявлених новоутворень за їхньою приналежністю до тематичних груп показав, що значна частина нових слів відображає зміни в сфері «повсякденне життя людини» (98 слів), яка включає різні найменування людини згідно з її соціальним станом, професійною діяльністю, способом життя, поглядами і т.п.

Висновки з проведеного дослідження і перспективи. Підводячи підсумок, слід підкреслити, що нова лексика є мовною репрезентацією результату когнітивної діяльності людини із засвоєння плинної реальності, відображає нові явища, реалії, поняття, а також фіксує в нових словах більш глибоке сприйняття і усвідомлення вже відомих концептів. Як було встановлено, неологізмів-неоконцептів утворюється значно менше (79), ніж слів, що відбивають переосмислення відомих концептів (229). Накопичений людиною теоретичний і практичний досвід сприяє більш точному і адекватному розумінню відомого. Прагматичний аспект дослідження неологізмів проявляється в мотивах вибору мовних засобів вербалізації нових концептів. Домінуючою тенденцією в утворен-

ні нових одиниць виявилось прагнення втілити в цілнооформленій одиниці складні, інтегровані поняття. Тому найбільш продуктивним способом поповнення лексичного складу є словоскладання. Дослідження виявило збагачення новою лексикою різних понятійних сфер, але найбільше неологізмів зафіксовано в тематичних групах «повсякденне життя людини» та «наука і технології».

Результати і матеріали цієї статті можуть знайти практичне застосування у викладанні курсу лексикології англійської мови, а також в дослідженнях з проблем неології. Тема представляється перспективною, оскільки розвиток і вдосконалення нашого світу неминуче відображається в мові, і, напевно, нові тенденції цієї взаємодії будуть продовжувати виявлятися.

Список літератури:

1. Гаврилова І.А. Когнітивні стимули породження терміна-неологізму (на прикладі англійської поліграфічної термінології). *Мова науки і техніки в сучасному світі* : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. 2015. С. 235–238.
2. Єлісєєва В.В. Англійські неологізми XXI ст.: деякі тенденції словотвору і функціонування. Серія 9. Філологія. Сходознавство. Журналістика. 2015. № 1. С. 75–82.
3. Заботкіна В.І. Когнітивно-прагматичний підхід до вивчення англійської неології. *Проблеми англійської неології* : матеріали наукової конференції (29 січня 2002). 2002. С. 11–20.
4. Кубрякова Є.С. Неологія: проблеми та перспективи. *Проблеми англійської неології* : матеріали наукової конференції (29 січня 2002). 2002. С. 5–11.
5. Марченко Є.І. *Когнітивні підходи до дослідження неологізмів*. 2013. Т. 13. № 9. С. 148–151.
6. Степанов Ю.С. *Методы и принципы современной лингвистики*. 2005. 312 с.
7. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення: 02.03.2019).
8. Macmillan Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата звернення: 20.02.2019).
9. Oxford Learner's Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата звернення: 25.02.2019).
10. Word Spy. URL: <https://wordspy.com/> (дата звернення: 15.03.2019).

УДК 811.111'25:620.3

Болотнікова А.П., Зозуля М.О., Охрей А.Г.

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОНСТРУКЦІЇ «ПРИКМЕТНИК + ІМЕННИК» У НАФТОГАЗОВІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Анотація. У статті проаналізовано особливості перекладу конструкцій «прикметник + іменник» у нафтогазовій термінології. З'ясовано, що термінологія нафтогазової промисловості є відкритою системою спеціальних найменувань, що відображає сукупність понять відповідної галузі. Доведено, що досліджувана терміносистема постійно еволюціонує, розширює свій функційний статус. Встановлено, що за допомогою синтаксичного способу утворюється більшість термінів нафтогазової промисловості. Розглянуто особливості перекладу деяких аналітичних термінів.

Ключові слова: термін, термін-словосполучення, нафтогазова термінологія, термінологічна модель, вихідна мова, мова перекладу.

Bolotnikova A.P., Zozulia M.O., Okhrei A.H.

Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

PECULIARITIES OF TRANSLATING «ADJECTIVE + NOUN» CONSTRUCTIONS IN OIL AND GAS TERMINOLOGY

Summary. The article analyzes the peculiarities of rendering «adjective + noun» constructions in oil and gas terminology. It is revealed that the terminology of the oil and gas industry is an open system of special names, which reflects the totality of concepts of the industry. It is proved that the studied terminology system constantly evolves, expands its functional status. It is established that most of the terms of the oil and gas industry are formed by means of syntactic method. Some peculiar features of translating analytic terms are also considered.

Keywords: term, term-phrase, oil and gas terminology, terminological model, source language, language of translation.