

підвищення, характерне висхідній тенденції в ціні цінних паперів (або ж акцій). У цій метафорі концептуальна картографія найбільш ймовірно заснована на знанні про шляхи биків – бик нападає на жертву своїми рогами в напрямку знизу-вгору, тим самим ми бачимо поліпшення економічного стану ринку у Великій Британії.

У реченні “*Nobody has ever said that the basic balance is the only thing going on in the market,*” said Tony Norfield, head of foreign exchange strategy at ABN Amro. “*But it provides a magnet that the rate should gravitate towards over the span of a couple of months*” [The Financial Times, May 31st, 2010] ми бачимо, що метафора може також цитуватися. Автор цитує закони механіки: “the basic balance”, “the rate should gravitate towards”, “it provides a magnet”, які використовуються в якості аргументу на підтримку точки зору про необхідність контролю основного балансу валютних операцій для коригування курсу євро. Введення цитат у текст створює зони інтертекстуальності, що мають високу інформативну щільність.

Таким чином, **результати** дослідження метафори в економічному тексті яскраво свідчать про частотні випадки її вживання, тому що метафора, де б вона нам не зустрілася, завжди збагачує розуміння людських дій, знань й мови та додає яскравості і різноманітності науковому стилю спеціальних текстів періодики.

Література

- Івін А. А. Теорія аргументації / А. А. Івін.- М. : Гардаріки, 2000.-416с.
 Потєбня А. А. Теоретическая поэтика / А. А. Потєбня.- М. : Высшая школа, 1990.- 344с.
 Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 144 с.
 Харченко В. К. Переносные значения слова / В. К. Харченко. – Воронеж : ВГУ, 1989. – 198с.
 Davidson D. What metaphors mean / D. Davidson // Critical Inquiry. – 1978. – No.5. – P. 31-47.
 McCloskey D. N. The Rhetoric of Economics / D. N. McCloskey // Journal of Economic Literature. – 21. – 1983. – P. 481-517.
 Macmillan English Dictionary. – Macmillan Publishers Ltd., 2003. – 1854p.
 Webster’s New Encyclopedic Dictionary. – New York, 1993. – 1787p.

Список лексикографічних джерел

- The Economist (2012 – 20150).
 The Financial Times (2010 – 2016).
 The Guardian (2013 – 2015).

(Матеріал надійшов до редакції 25.09.17)

УДК: 811.111:81’276.6:004.738

ЧИРВОНИЙ О. С.

(Запорізький національний університет)

АНТОНОМАЗІЯ ЯК ЗАСІБ ПОПОВНЕННЯ АНГЛОМОВНОГО КОМП’ЮТЕРНОГО ЛЕКСИКОНУ

У статті йдеться про нові антономазійні одиниці комп’ютерного лексикону як про чинник поповнення словникового складу сучасної англійської мови. Також розкриваються основні способи і механізми утворення «комп’ютерно-маркованих» антономазійних одиниць. Констатується зменшення залежності комп’ютерного лексикону від зовнішніх чинників як джерела матеріалу для створення неологізмів.

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

Чирвоный А. С. Антономасия как средство пополнения англоязычного компьютерного лексикона. В статье речь идет о новых антономастических единицах компьютерного лексикона как о факторе пополнения словарного состава современного английского языка. Также раскрываются основные способы и механизмы образования «компьютерно-маркированных» антономастических единиц. Констатируется уменьшение зависимости компьютерного лексикона от внешних факторов как источника материала для создания неологизмов.

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

Chyrvoniy O. S. Antonomasia in Terms of Enrichment of English-language 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. Although some scholars argue that antonomasia, that is, using a proper name in order to express a general idea, is barely a "marginal" way of word-creation in computer lexis and the English language as a whole, we do believe it to be a promising and efficient way of creating new words, the meaning of which can be easily guessed or deduced. New words created through antonomasia account for only around 1.5 per cent of our corpus of computer lexis, but due to their functional simplicity and wide availability of ready models, this means of word-creation has earned wide popularity not only in the specialized media outlets, but in the mainstream media as well. For example, the name of the hero Beowulf has given birth to the new word-combination "Beowulf cluster" (several computers linked into a network via a high-speed connection), the name of Facebook

CEO Mark Zuckerberg has evolved into "zuckering" (misadjusted privacy settings on the social media), and Wikipedia has called into existence the "Wikipedia kids" (students who mindlessly rely on the Internet data). Finally, due to the Airbnb renting service, such previously unheard of word as "Airbnbable" (characteristics of a room or flat that make it eligible for the eponymous service) were brought to life. It may thus be considered proved that antonomasia takes an active part in enrichment of the modern computer lexis; the research may continue in terms of establishing and analyzing basic and most productive proper names that enable the creation of new words and expressions.

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

В процесі семантичної деривації найбільш продуктивними механізмами формування нових лексико-семантичних варіантів вокабуляру сучасної англійської мови 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 [Крохіна, 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 дієвого 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, компаній, продуктів. Необхідно також відзначити, що з роками в даній сфері спостерігається певна еволюція: якщо у 1990-х та на початку 2000-х антономазійні новотвори були переважно представлені одиницями з першої групи, то зараз, коли комп'ютерний та Інтернет-лексикон є насиченим та відносно самодостатнім середовищем, він створює неологізми на основі явищ з власної середини (як буде продемонстровано далі).

До першої групи ми відносимо, наприклад, таке словосполучення як Beowulf cluster, 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 Ахілла проникли до Трої і захопили її).

Також до цієї групи можна віднести словосполучення Stepford app, яке позначає програму з конформістським, стереотипним, холодним та або бездумним дизайном. Одиницю було створено за аналогією до назви книги «Степфордські жінки», за якою було створено два однойменних фільми: *Why are applications like Siri designed to be women? Is that how artificial voices and to some extent intelligence stand out in majorly male dominated environments? Why are these voices cold? Being on a railway station will never be the same. Why are there stepford apps?* (—dagannalena, "I liked...", *Instagram*, December 24, 2015)

До другої групи входять одиниці, основані на іменах відомих людей та продуктів, а також назвах великих компаній. Так, буквально минулого року з'явилася одиниця zuckering

або *zuckering*, сформована на основі імені голови Фейсбуку Марка Цукерберга. Цей новотвір означає «помилкове налаштування параметрів приватності в соціальних мережах таким чином, що вони підривають приватне життя людини»: *When Tim Jones from the Electronic Frontier Foundation asked on social media for a phrase referring to the practice of “creating deliberately confusing jargon and user-interfaces which trick your users into sharing more info about themselves than they really want to”, the answers that came back were variations on the theme of “Zucking”, a dubious honour for Facebook founder Mark Zuckerberg. (Zoe Kleinman, “Is the web full of nasty tricks,” BBC News, June 8, 2016).* В даному випадку власне ім'я не тільки стало основою антономазійного новотвору, але і стало продуктивним словотворчим елементом.

Сюди можна також додати і одиницю *Pierre Salinger syndrome*, що означає тенденцію серед недосвідчених 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 їхні архетипи, що існують у масовій свідомості. Марк Цукерберг персоніфікується як глобальний володар цінної персональної інформації, 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 другої групи ми відносимо такі одиниці, як *to Amazon, to google, Youtube, Tweople, tweetup, to Helveticize*. 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». Аналогічно 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, google dance* та *Google dorking*, тобто ця одиниця перетворилася на продуктивний центр словотворення: *Google dorking, or Google hacking, is one way malicious hackers can gain access to valuable information about a company. It involves using advanced commands in Google to find specific data sets that companies, as well as government*

agencies, have unwittingly made accessible by storing them on public-facing web servers (Chris Hadnagy, "How Dorkable Is Your Business?," Entrepreneur, May 4, 2015).

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 колишній 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, ім'я соціальної мережі Twitter стало основою для створення більш ніж 100 нових слів та словосполучень.

Цікавим прикладом антономазії ми вважаємо і одиницю *helveticize*, яка дослівно позначає написання тексту за допомогою шрифту Helvetica, що вважається традиційним та не креативним. Внаслідок цього, дієслово отримало додаткове значення «робити щось набридливим, типовим чи нудним»: *It was rather a skirmish between a bunch of young designers, like your age now, who were called New Wave, Postmodern, Swiss Punk, whatever, and believed it necessary to reject the status quo for something freer and more contemporary. Doing that meant criticizing old-guard designers, who believed design should be simple—clean on tight grids and Helveticized. (Steven Heller, "The Legibility Wars of the '80s and '90s," Print, December 5, 2016).*

Нарешті, видатним прикладом нового антономазійного словотворення ми вважаємо одиницю *Airbnbable*, яка позначає характеристику кімнати чи квартири, що робить її привабливою на сервісі оренди нерухомості Airbnb: *When she moved again, with another roommate (she has had thirty-six roommates in total), they searched for an optimally Airbnb-able place. (Nathan Heller, "Is the Gig Economy Working?," The New Yorker, May 15, 2017).* Як і у випадку с *helveticize* чи *zucking*, спостерігаємо комбінацію антономазійного та словотворчого (афіксація) способів утворення нових лексико-семантичних одиниць англomовного комп'ютерного лексикону.

Таким чином, в антономазійному словотворенні комп'ютерного лексикону спостерігаємо поділ всіх одиниць на дві групи – міфологічні та міфологізовані, і реально існуючі. До останньої групи відносяться такі одиниці, що відбивають архетипізоване уявлення пересічних громадян про певне явище чи людину. Деякі антономазійні одиниці створюються за аналогією до вже існуючих одиниць (to Amazon), інші стають центрами словотворення (Twitter, Google, Youtube). Також останніми роками спостерігається зменшення залежності комп'ютерного лексикону від зовнішніх чинників чи явищ; даний

лексичний корпус переважно знаходить матеріал для словотворення в межах власної підсистеми.

Література

- Кальниченко А. А., Кальниченко Н. Н. Английские эпонимические имена и лексикография / А. А. Кальниченко, Н. Н. Кальниченко // 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 / Н. А. Крохина, Н. П. Берлина. – 2002. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://frgf.utmn.ru/No18/journal.htm>
- Конопацька Я. О. Семантична неологія в сучасному французькому медіа дискурсі : 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 / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. - 716 с.
- Черникова Н. В. Метафора и метонимия в аспекте современной неологии / Н. В. Черникова // Филологические науки, 2001. - № 1. - С.82-90.

(Матеріал надійшов до редакції 20.09.17)

УДК: 811.111-84'255.4'42

ШВАЧКО С. О.

(Сумський державний університет)

ПРИСЛІВ'Я У СТАТУСІ ІНТЕКСТІВ: ЛІНГВО-КОГНІТИВНИЙ АСПЕКТ

У статті досліджуються прислів'я та їх перекладацькі метазнаки, ідентифікується ідея про стабільність динамізму прислів'їв-дериватів. Осмислюється метазнак *інтекст* та його функції у нових ситуаціях англомовного дискурсу. Обґрунтовується положення про онтогносеологічний аналіз метазнаків. Структурно-семантична природа тексту малого жанру об'єктивується в комплексі тріади – текст, інтенція, омовлення.

Ключові слова: прислів'я, інтекст, модифікація, поліфункціональність, англійська мова, девіація.

Швачко С. А. Пословицы в статусе интекстов: лингво-когнитивный аспект. В статье исследуются пословицы и их переводческие метазнаки, разрабатывается идея о стабильном динамизме пословиц-дериватов. Осмысливается метазнак *интекст* и его функции в новых ситуациях англоязычного дискурса. Разрабатывается положение об онтогносеологическом анализе метазнаков. Структурно-семантическая природа текста малого жанра объективируется в комплексе триады – текст, интенция, оязыковление.

Ключевые слова: пословицы, интекст, модификация, полифункциональность, английский язык, девияция.

Shvachko S. O. Proverbs as Intexts: Linguo-cognitive Aspect. The global structure of proverbs is being focused upon. Emphasis is paid to the change of functions of different types of small texts (proverbs, riddles and aphorisms). Proverbs do their best with didactic function, riddles – with control, aphorisms with the linguo-creative. The proverbs are classified as first footers, and their variants, in other types of texts they are notified as secondary units which are known for other functions (of evaluation, connotation). Proverbs are authentic – first footers, and they are open to radical changes in their secondary, derivation constructions. Proverbs are open not only to the structural modifications, but also to semantic ones; their global structures maybe radically changed and they maybe be converted into nominative units. Their vistas are topical and urgent. Assessment is to come in further investigations.

Thus proverbs are not only small, they are full of value: they are objectivized in self-organization, self-control and self-make. Emergement and functioning of proverbs make their synergetics go.

The paper considers the differences between proverbs and sayings. Their common features (picturesqueness of images, belles letters loading) do not make them alike. They go together but apart. Proverbs are predicative statements, communicative units, sayings are not, they are unpredicative, separate blocks of sentences, they maybe converted into proverbs provided they (sayings) acquire the properties of utterances. The size of compared units cannot be decisive in attributing different zenres. Both of these units (proverbs and sayings) maybe reversed and are opened to further modifications. They are open to changes – formal and semantic ones. The dominant rules of their dynamics work in the system of language: herein adherent are syncretas of ontognoseological complex – integrity of subject matter of referents and the scientific cognition. The rheme (comment, idea) of any text makes it go, function and be modified due to the inner lows of language.

Key words: proverb, intext, modification, polyfunctionality, English, deviation.

Актуальність обраної теми об'єктивується її новизною та сьогоденним методологічним трактуванням. Синергетичний механізм є діючою силою становлення та функціонування прислів'їв як комунікативних одиниць англомовного дискурсу [Домброван, Еникеева, Пихтовникова 2015]. У статті коментується глобальна структура прислів'їв-першоджерел. Визначається статус атракторів та репелерів досліджуваної ендозони, осмислюється залежність функцій прислів'їв від текстового наповнення, розпізнається природа прислів'їв у статусі інтекстів. Модифікація прислів'їв розглядається у режимі діючого текстоцентризму. Важливою є теза про залежність функції інтексту від нового