

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА**

МОЛОДЧА НАТАЛЯ СЕРГІЇВНА

УДК 811.111'373.43

**СЕМАНТИЧНІ ОКАЗІОНАЛІЗМИ
В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

**Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі германської та романської філології Харківського гуманітарного університету “Народна українська академія” Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України.

Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент
Ребрій Олександр Володимирович,
доцент кафедри теорії та практики
перекладу англійської мови
Харківського національного університету
імені В.Н. Каразіна

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
Омельченко Лариса Федорівна,
професор кафедри германської філології
Київського міжнародного університету

кандидат філологічних наук, доцент,
Махачашвілі Русудан Кирилевна,
докторант кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови
Запорізького національного університету

Захист відбудеться 12 жовтня 2011 р. о 12.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.051.16 Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна за адресою: 61022, Харків, пл. Свободи, 4, ауд. 7-75.

З дисертацією можна ознайомитися у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна за адресою: 61022, Харків, пл. Свободи, 4.

Автореферат розіслано 8 вересня 2011 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Л.В. Солощук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Реферована дисертація присвячена дослідженню системно-структурних, когнітивно-ономасіологічних і функціонально-дискурсивних параметрів семантичних okazіоналізмів у межах антропоцентричного підходу, який дає можливість проаналізувати особливості формування та функціонування інновацій в дискурсивному середовищі як засобу реалізації комунікативних інтенцій мовця.

Межа тисячоліть, ознаменована стрімким розвитком науково-технічного прогресу й драматичними соціально-політичними перетвореннями, закономірно характеризується значним зростанням кількості інноваційних номінативних засобів, до складу яких належать семантичні okazіоналізми – некодифіковані інновації, що поєднують узуальну форму з новим значенням.

Семантичні okazіоналізми, на відміну від лексичних, залишаються практично не вивченими, хоча перші спроби їхнього осмислення пов'язують ще з рухом младограматизму, в межах якого okazіональне значення слова розглядалося як контекстне, індивідуально марковане представлення об'єкта у висловленні. Саме младограматики, в роботах яких уперше був використаний термін “okazіональне значення”, започаткували теоретичне осмислення неогенних процесів, які до цього привертала увагу мовознавців виключно в контексті лексикографічних практик.

Уже в ХХ сторіччі неогенний бум збігається зі становленням семіологічного підходу у лінгвістиці, що дає можливість розділити інновації на два великі класи – неологізми та okazіоналізми – виходячи із сосюрівської дихотомії “мова – мовлення”. Таке тлумачення okazіонального статусу дозволяє протиставити okazіоналізми як мовленнєві елементи водночас неологізмам та узуальним словам як елементам мовної системи.

На сучасному етапі розвитку лінгвістики семантичний okazіоналізм (далі – СО) вважається нестійкою дискурсивною формацією, яка відкриває необмежені можливості для реалізації антропоцентричного підходу, методологічна сутність якого полягає в переході від схематичних умоглядних теорій, не здатних повноцінно розкрити механізми мовної еволюції, до гіпотез, спроможних прояснити внутрішні механізми інноваційних процесів у світлі взаємодії мови та мислення.

Аналіз літератури з неології (І. В. Андрусак, К. В. Брітікова, С. М. Єнікєєва, Ю. О. Жлуктенко, В. І. Заботкіна, Ю. А. Зацний, К. О. Земська, О. Л. Клименко, Я. О. Конопацька, Н. З. Котелова, О. Г. Ликов, В. В. Лопатин, Р. К. Махачашвілі, J. Aitchison, J. Algeo, L. Bauer) підтвердив відсутність розгорнутих досліджень, об'єктом яких виступив би СО. Дотепер певна увага приділялася лише проблемі класифікаційного розрізнення

семантичних okazіоналізмів відносно інших типів інновацій (С. І. Алаторцева, К. С. Сергєєва, Т. В. Попова); також були зроблені спроби визначення ступеня okazіональної модифікації значення узувальної лексеми (Б. О. Ларін, Є. Г. Ковалевська, І. С. Кулікова).

Актуальність дисертації визначається зростаючим інтересом сучасної лінгвістики до інноваційного потенціалу мови у царині комунікації та номінації. Необхідність переосмислення положень класичної неології в термінах і принципах когнітивно-дискурсивної парадигми зумовлює актуальне завдання комплексного представлення СО у сукупності його системно-структурних, когнітивно-ономасіологічних та дискурсивно-функціональних характеристик.

Зв'язок дослідження з науковими темами. Дисертація виконана на кафедрі германської та романської філології Харківського гуманітарного університету “Народна українська академія” в межах комплексної наукової теми “Система та структура сучасної англійської мови. Часткові та загальні проблеми соціо- та прагмалінгвістики. Проблеми культури та історії англійськомовних країн. Методика викладання англійської мови як головної та другої іноземної” (1998–2000); “Мова як семіотична система і соціокультурне явище (теоретичні і прикладні аспекти): проблеми вивчення і викладання” (2001–2006) № РК 0101V006996; “Мовна семантика як відбиття етнічної концептуальної та мовної картини світу” (2006–2011) № РК 0106U006373.

Метою дослідження є встановлення лінгвістичного статусу й комплексний аналіз СО як окремого структурно-функціонального типу інновацій. Виконання цієї мети передбачає вирішення низки завдань:

- сформулювати принципи вивчення інновацій у сучасній лінгвістиці;
- визначити основні підходи до розуміння СО у вітчизняному та закордонному мовознавстві;
- проаналізувати СО з позицій семасіології, ономасіології й функціональної теорії;
- виокремити та дослідити онтологічні властивості СО;
- змодельовати процес формування СО у вигляді інтегральної когнітивно-ономасіологічної моделі;
- визначити способи формування СО та рівень їхньої продуктивності;
- встановити особливості реалізації СО кумулятивної, експресивно-регулятивної, оцінно-емотивної та маніпулятивної функцій у сучасному англійськомовному художньому, публіцистичному та рекламному дискурсах.

Об'єктом дослідження обрані СО як інновації окремого типу, формування й функціонування яких відбувається в дискурсивному середовищі.

Предметом дослідження виступають онтологічні властивості СО, способи їхнього формування та особливості функціонування в таких інноваційно-проникних дискурсах, як художній, публіцистичний та рекламний.

Матеріалом дослідження виступили 1145 СО, отриманих методом суцільної вибірки з текстів художнього, публіцистичного та рекламного дискурсів за період з 1998 року по теперішній час.

Теоретико-методологічною основою роботи є інтегративний антропоорієнтований підхід, який досліджує мову в її зв'язку з людиною, без якої саме існування мови є неможливим (М. Ф. Алефіренко, В. І. Заботкіна, О. О. Залевська, О. С. Кубрякова, Т. В. Попова, В. В. Левицький, І. С. Шевченко, A. Barcelona, M. Garman, G. Fauconnier, G. Lakoff). Проводячи дослідження, ми намагалися сумістити здобуток та понятійно-категоріальний апарат традиційної неології, семантики та системно-структурної ономасіології з новітніми когнітивно-ономасіологічним та дискурсивно-функціональним підходами до аналізу оказіональних інновацій лексико-семантичного рівня.

Завдання дослідження визначають **методи** аналізу. *Індуктивний метод* (від аналізу конкретного вербального матеріалу – до узагальнень та висновків) використовувався на всіх етапах роботи. *Метод аналізу словникових дефініцій* та *метод компонентного аналізу* були використані для виявлення семної організації досліджуваних інновацій. На основі *методу моделювання* була розроблена когнітивно-ономасіологічна модель породження СО. *Метод контекстного аналізу* та *метод функціонального аналізу* застосовувались для вивчення особливостей функціонування СО в різних дискурсах. За допомогою *інформаційно-пошукового методу* здійснювався відбір та опрацювання фонових знань, необхідних для інтерпретації СО. *Метод структурно-семантичного аналізу* дозволив визначити морфологічну приналежність СО та способи їхнього утворення. *Метод кількісного аналізу* дозволив встановити рівень продуктивності різних способів утворення СО.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому СО вперше визначений як окремий тип інновацій та запропоновані принципи комплексного підходу до його вивчення. Новим є виокремлення та вивчення онтологічних ознак, що визначають лінгвістичний статус СО. У роботі вперше розроблена модель породження СО; сформульовані чинники, що визначають специфіку формування та функціонування СО в інноваційно-проникних англійських дискурсах. На основі сучасної лексикографічної концепції “відкритої дефініції” розроблений проект “Словника семантичних оказіоналізмів”.

Наукова новизна одержаних результатів узагальнена в **положеннях, що виносяться на захист**:

1. Лінгвістичний статус СО визначається системою опозицій, у яких він протиставлений: (а) узуальним номінативним засобам лексичного рівня й (б) іншим типам інновацій. В останньому випадку протиставлення також здійснюється за двома напрямками: (а) okazіоналізм – неологізм; (б) семантичний okazіоналізм – лексичний okazіоналізм.

2. Відповідно до принципу онтологічної відносності, онтологічний статус СО визначається залежно від методології дослідницької парадигми. В межах антропоцентричного підходу СО визначається як творчий вербальний продукт когнітивно-дискурсивної діяльності мовця-номінатора, сформований шляхом асоціативного переосмислення узуальної лексеми, що володіє такими характеристиками, як дискурсивність, антропоцентричність, семантична деривативність, новизна /непередбачуваність, контекстуальність, некодифікованість.

3. Дискурс як когнітивно-комунікативне утворення по відношенню до СО виступає середовищем, у якому здійснюється триєдиний акт їхнього формування, функціонування та інтерпретації. Активною зоною формування СО виступають інноваційно-проникні дискурси, до яких належать художній, публіцистичний та рекламний.

4. Когнітивно-ономасіологічна модель породження СО, оперативною базою якої виступає внутрішній лексикон мовця як умістище вербалізованого та невербалізованого знання, складається з чотирьох модулів, що взаємодіють між собою. У першому модулі відбувається формування мотиваторів, які відображують суб'єктивні наміри номінатора. У другому модулі здійснюється актуалізація релевантних концептів (концепта-референта й концепта-корелята). У третьому модулі формується okazіональна семема, яка в четвертому модулі “вписується” в синтагматичний та парадигматичний контекст.

5. Комунікативна доцільність СО визначається відсутністю у внутрішньому лексиконі мовця адекватного узуального засобу номінації для об'єкта дійсності, який потрапляє у фокус комунікативної ситуації. Можливість інтерпретації СО визначається його перебуванням у зоні перетину когнітивних просторів адресанта й адресата, складовими якої, окрім власне мовного знання, є фонові знання широкого спектру.

6. Апелюючи переважно до емоційної сфери свідомості потенційного рецептора за рахунок прагматичного компонента семантичної структури, СО виступають засобом реалізації кумулятивної, експресивно-регулятивної, оцінно-емотивної та маніпулятивної функцій.

Теоретична значущість дослідження визначається розробкою комплексного підходу до аналізу СО. Уточнення лінгвістичного статусу СО на основі їхніх онтологічних властивостей є

внеском у неологію, семасіологію, структурно-семантичну ономасіологію. Розроблена модель формування СО є внеском у когнітивну ономасіологію та теорію номінації. Дослідження специфіки реалізації функцій СО робить внесок у функціональну та дискурсивну лінгвістику. Визначення принципів словникового опису СО є внеском у лексикографію.

Практична цінність отриманих результатів та висновків полягає в тому, що вони можуть бути використані в курсах лексикології (розділи “Неологія” та “Лексикографія”) та стилістики сучасної англійської мови (розділ “Стилістична лексикологія”); у спецкурсах із теорії номінації та функціональної лінгвістики; в наукових дослідженнях студентів та аспірантів. Матеріали дослідження та принципи їхнього лексикографічного опрацювання можуть знайти використання в практиці укладання словників нових слів та практиці перекладу.

Апробація отриманих результатів здійснювалася на Міжнародних наукових конференціях Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна (Харків 2000, 2008, 2010, 2011); “Діахронічне, типологічне і контрастивне дослідження германських, романських і слов’янських мов (семантика й словотвір)” (Донецьк 2001); “Іноземна філологія у XXI столітті” (Запоріжжя 2009); V Міжвузівській конференції молодих учених “Сучасні проблеми та перспективи дослідження романських і германських мов і літератур” (Донецьк 2007); IV Всеукраїнській науково-практичній конференції “Лінгвістика. Комунікація. Освіта” (Луганськ 2011).

Публікації. Основні положення дисертації відображено у 10 одноосібних статтях авторки, опублікованих у фахових виданнях України, та 7 тезах доповідей на наукових конференціях. Загальний обсяг публікацій становить 5 др. арк.

Структура роботи. Дисертація загальним обсягом 219 сторінок (176 сторінок основного тексту) складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного, загальних висновків, списків використаної наукової (298 позицій) і довідкової літератури (9 позицій), списку джерел ілюстративного матеріалу (175 позиції) та додатку, що містить 3 таблиці та 1 рисунок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У *вступі* обґрунтовані актуальність, новизна, теоретична значущість роботи, визначені мета та завдання дослідження, описані його методологічні засади та методи, сформульовані положення, що виносяться на захист.

У першому розділі дисертації “*Семантичний окаяоналізм як об’єкт комплексного лінгвістичного аналізу*” проаналізовані принципи вивчення інновацій у сучасній лінгвістиці та підходи до розуміння СО; визначена специфіка їхнього аналізу з позицій релевантних лінгвістичних теорій та напрямків – семасіології, ономасіології, теорії номінації, функціональної

теорії; виокремлені та проаналізовані характерні властивості СО, які визначають їхній онтологічний статус та виступають основою для розгорнутого визначення.

Усвідомлення лінгвістичного статусу СО є можливим на основі дихотомії “узуальне – okazіональне”, відповідно до якої некодифіковані дискурсивні формації (оказіоналізми) протиставляються кодифікованим елементам мовної системи (узуальним лексемам та неологізмам), та на основі дихотомії “форма – зміст”, у відповідності до якої *семантичні okazіоналізми як одиниці, в яких узуальна форма суміщена з новим значенням*, протиставлені лексичним okazіоналізмам, у яких нова форма суміщена з новим значенням.

Методика компонентного аналізу, розроблена в межах семасіології, дозволяє представити СО як okazіональну семему, що містить поряд із узуальними семами okazіональну, тобто несистемну / контекстно наведену сему. Шляхом зіставлення узуальної семми з okazіональною, проведеного на основі одиниць метамови, визначаються ті семантичні зрушення, що призвели до створення СО. Зокрема, в прикладі *People Are Lemmings! Manipulate your fellow lemmings, my friend. Some of them are probably doing the same to you right now!* (Toledo) заміна архісеми *тварина* архісемою *людина* супроводжується актуалізацією негативно забарвлених периферійних сем *acting like a crowd / thoughtlessly obedient*, внаслідок чого формується okazіональне значення (далі о-значення): “слухняна людина, що поводить себе бездумно”.

Дослідження СО з позицій системно-структурної ономасіології дозволяє встановити їхню частининомовну приналежність: 88% одиниць вибірки на основі морфемного й функціонально-контекстуального аналізу визначаються нами як іменники (з них 25% є онімами); 5% – як прикметники; 4% – як дієслова; 3% – як числівники. Таким чином, можна зробити висновок про переважно субстантивний характер okazіонального лексико-семантичного словотвору в аналізованих англійських дискурсах.

Визначення та аналіз онтологічних властивостей інновацій різних типів є одним із традиційних завдань неології. Відсутність спеціальних робіт, присвячених цьому питанню на матеріалі СО, та необхідність адаптації загальноновизнаних характеристик інновацій до потреб нової лінгвістичної парадигми окреслили необхідність його детального опрацювання в нашому дослідженні.

Проаналізувавши характеристики різних типів okazіональних інновацій, запропоновані провідними фахівцями у галузі неології (І. І. Борисенко, К. В. Брітікова, В. І. Заботкіна, О. Г. Ликов, В. В. Лопатін, Р. Ю. Намітокова, І. С. Улуханов, Н. І. Фельдман) та враховуючи специфіку об’єкту дослідження, нами виокремлені та проаналізовані такі властивості СО:

дискурсивність, антропоцентричність, семантична деривативність, новизна та непередбачуваність, контекстуальність, некодифікованість.

Дискурсивність відносно СО трактується як приналежність до певного комунікативного середовища, всередині якого виникає ситуація, яку ми визначаємо як комунікативно-номінативну недостатність (лауну), засобом подолання (заповнення) якої є інновація.

Антропоцентричність СО проявляється в тому, що людина виступає як у ролі суб'єкта номінації (агента номінативної дії, творця-номінатора), так і її об'єкта (більшість СО або є антрополексемами або створюються на позначення різноманітних об'єктів / якостей / дій, безпосередньо пов'язаних зі світом людини). В тих випадках, коли в якості основи для okazіонального переосмислення виступає антропонім, людина може розглядатися як номінативний засіб (інструмент).

Семантична деривативність є важливою характеристикою СО, яка вказує на залежність похідного okazіонального значення від первинного (прямого) узуального значення та дозволяє розташувати його в одному ряду з іншими похідними значеннями в полісемічному слові.

Новизна, притаманна всім okazіональним інноваціям як відчуття, що супроводжує їхнє сприйняття адресатом, у СО супроводжується непередбачуваністю, вираженою відсутністю структурних маркерів, які частково автоматизують процес інтерпретації інновації. Непередбачуваність СО обумовлена асиметрією (конфліктом між планом вираження та планом змісту), гештальтністю (недискретністю) ментального образу, що формується у свідомості рецептора, та індивідуальними асоціаціями, пов'язаними з його особистістю.

Контекстуальність СО реалізується як можливість їхньої інтерпретації виключно на основі аналізу вертикального та горизонтального контекстів, що зумовлюють номінативно-прагматичну доцільність новотворів. Продукуючи СО, його автор має бути впевненим, що потенційний рецептор інновації розділятиме з ним спільний набір фонових знань, необхідних для його успішної інтерпретації. Не маючи такої впевненості, автор вводить до горизонтального контексту інтерпретативні лінгвальні маркери, зона впливу яких може варіюватися від абзацу до цілого тексту. Для публіцистичного та художнього дискурсів ця зона здебільшого охоплює контекст надфразової єдності або кількох надфразових єдностей, об'єднаних в один смисловий блок. Для рекламного дискурсу необхідним контекстом-мінімумом виступає, як правило, рекламний текст в цілому.

Некодифікованість СО проявляється у відсутності лексикографічної фіксації. З метою систематизації накопиченого в ході дослідження ілюстративного матеріалу та подальшого його опрацювання в роботі пропонується проект першого у вітчизняній лексикографічній практиці

“Словника семантичних okazіоналізмів”, особливістю якого є забезпечення словникової одиниці відомостями не тільки лінгвістичного, а й позалінгвістичного характеру. Принцип відкритої дефініції, запроваджений при укладанні словника, забезпечує його інтерактивність.

У світлі функціональної теорії СО постає унікальним вербальним явищем, яке реалізує в дискурсі суперпозицію, тобто сукупність різноманітних функцій, одна чи декілька з яких претендують на пріоритетність, залишаючи решту на периферії номінативно-комунікативного акту. Аналіз СО в їхньому дискурсивному оточенні доводить, що номінативність інновацій цього типу поступається їхній прагматичності.

У другому розділі дисертації “*Формування семантичних okazіоналізмів у сучасному англomовному дискурсі*” розроблена когнітивно-ономасіологічна модель породження СО; досліджені лінгвокреативні механізми вторинної номінації; виявлені та проаналізовані такі способи формування СО, як антономазія (метафорична й метонімічна), метафора, метонімія, спеціалізація й генералізація; встановлені рівні їхньої продуктивності.

У межах когнітивно-ономасіологічного підходу СО виступають засобом вираження внутрішньої рефлексії людини, яка, зокрема, проявляється в притаманних їй особливостях опанування світу, оцінки подій тощо. В розробці моделі породження СО ми виходили з даних, отриманих у ході вивчення процесів породження мовлення, оскільки створення різних типів інноваційних номінативних одиниць вважається важливою складовою цього процесу (Л. С. Виготський, О. О. Залевська, О. С. Кубрякова, О. О. Леонтєв, С. І. Тогоєва). В моделі враховуються наступні чинники: (а) взаємодія когнітивних та мовних механізмів; (б) актуальні гуманітарні принципи експансіонізму, експланаторності й антропоцентризму; (в) здатність людини до лінгвокреативного мислення.

У роботі над моделлю були використані базові положення теорії концептуальної метафори (М. Блек, З. Ковечеш, Дж. Лакофф), у відповідності до яких метафора виступає когнітивним засобом (“інструментом пізнання”), що відповідає за обробку інформації та отримання нового знання. Наслідком асоціативного об’єднання у свідомості номінатора двох ментальних сутностей, що належать до різних когнітивних сфер, є інновації, що поєднують узуальну форму з okazіональним значенням. Важливим висновком, зробленим у роботі, є те, що на основі теорії концептуальної метафори видається можливим пояснити семантичні зсуви не тільки метафоричної, а й метонімічної природи, адже їхня відмінність полягає лише в тому, що концепти, які поєднуються в свідомості індивіда, належать не до різних, а до однієї концептуальної сфери, перебуваючи найчастіше у родо-видових відношеннях.

Запропонована модель породження СО складається з чотирьох модулів. У Модулі I відбувається формування мотиваторів, яке відбиває намагання номінатора асоціювати один об'єкт з іншим (образний мотиватор), дати оцінку об'єкту (аксіогенний мотиватор), здійснити емоційну розрядку /вплив (емоціогенний мотиватор). У Модулі II мотиватори фрагментують концептуальну систему, внаслідок чого одні її сектори актуалізуються, а інші нейтралізуються. Виділений свідомістю номінатора концепт-референт на основі метафоричного, метонімічного або контрастивного зв'язку актуалізує концепт-корелят, який виступає своєрідним засобом “вирішення проблеми”, потрапляючи у фокус уваги свідомості раптово, довільно й супроводжуючись інтуїтивною впевненістю в його правильності. У Модулі III відбувається процес злиття концептів і утворюється нова концептуальна сутність – концепт, ознаки якого упорядковуються й утворюють оказіональну семему, причому актуалізовані ознаки концепта-референта структуруються в семи, формуючи ядро семемі, а її периферію формують деактуалізовані ознаки обох задіяних концептів. Важливою складовою новоутворення є емотивно-оцінний компонент, у якому відбивається емоційний заряд та оцінка номінатора і який можна вичленувати за допомогою компонентного аналізу. Утворена семема не має характеру жорстко детермінованої структури доти, доки не набуде словоформи, тобто плану вираження. У Модулі IV сформована семема реалізується в мовленні / дискурсі у словоформі, що репрезентує концепт-корелят, утворюючи таким чином знак, у якому узуальна форма поєднується з оказіональним змістом.

Проаналізуємо дію моделі на основі наступного прикладу:

*I like Mercedes, it goes smoothly and fast. Some of my lessons are like riding the Mercedes. I wish you more of **Mercedes** (Wilkinson).*

Формування СО починається з дії мотиваторів, у яких відбивається намагання номінатора асоціювати об'єкт номінації з іншим об'єктом за обраною ознакою (урок як злагоджений, швидкий механізм), дати йому позитивну оцінку та справити емоційний вплив на рецептора. Внаслідок дії мотиваторів актуалізується концепт-референт LESSON з наступними ознаками */period of time (in which) / someone / is taught/ a certain / skill or subject/*, що репрезентується узуальною лексемою *lesson*, і пов'язаний із ним асоціативним метафоричним зв'язком концепт-корелят MERCEDES з ознаками */excellent technical characteristics / outstanding speed qualities / combination of quality and comfort/*, що репрезентується узуальною лексемою *Mercedes*. Внаслідок злиття двох концептів утворюється нова ментальна сутність, що відбивається в семемі, ядро якої утворюють ознаки, “запозичені” з обох концептів: */period of time (in which) / someone / is taught/ a certain / skill or subject/ with*

outstanding speed and comfort qualities/. Планом вираження новотвору виступає ім'я концепта-корелята – *Mercedes*.

Структурно-семантичний аналіз одиниць вибірки дозволив розподілити їх відповідно до способу утворення, а кількісний аналіз визначив рівень продуктивності кожного з цих способів: антономазія – 40% (в тому числі метафорична – 32% і метонімічна – 8%), метафора – 30%, метонімія – 22%, спеціалізація значення – 6%, генералізація значення – 2%.

У метафоричній антономазії використовуються переважно імена міфологічних, історичних, літературних персонажів, а також імена провідних діячів політики, культури, мистецтва, спорту тощо: *I'm not one of those Pollyannas who tell people that salary is irrelevant; earn every penny you're worth! But I always advise recent college grads to take the job where they can learn most* (*Glamour*) /о-значення “наївна дівчина”/.

За умов метонімічної антономазії імена відомих особистостей (т. зв. “прецедентні імена”) використовуються на позначення об'єктів, пов'язаних із особливостями їхньої професійної діяльності, характеру, зовнішності тощо. Такі об'єкти сприймаються суспільством як “фірмова ознака” такої особистості: *We dyed our bathroom Sunset Auburn (our “Julia Roberts for a day”) and experiment had gone awry* (*Mademoiselle*) /о-значення “темно-рудий колір”/.

Метафоричний перенос на основі іменника найчастіше ґрунтується: (а) на подібності функцій об'єктів: *Wait till your anchors grow up, you'll have road rash for breakfast and prunes for dinner!* (*GB Dictionary*) /о-значення “діти”/; (б) на подібності принципу внутрішнього улаштування, властивостей, якостей, станів об'єктів: *I minister in churches all across America, and do you know what I find in every church? Dry bones! We are the dry bones; good church folk are the bones* (*Houts*) /о-значення “номінальні християни”/; (в) на основі зовнішньої подібності об'єктів: *Vale threw a party in Ulan Bator with to mark the company's arrival in Mongolia to search for another “elephant” – mining parlance for a big discovery* (*Bloomberg*) /о-значення “велике родовище”/.

За допомогою механізму метонімії СО-іменники утворюються за моделлю “частина > ціле”: *Real love has no “suitcase”* (*Prophecy Today*) /о-значення “розлука”/ (ідея розставання передається лексемою “suitcase”, яка в своєму узуальному значенні є її невід'ємним атрибутом).

Продуктивним є метонімічне перенесення значення числівників за моделлю “час події > подія”: *When O'Neal told him she was pregnant with their second child, McEnroe's first reaction was “there goes 1987”* (*IN Tribune*) /о-значення “поразка, невдача”/.

Випадки оказіональної спеціалізації та генералізації значення за продуктивністю поступаються іншим способам утворення СО, проте демонструють більшу різноманітність

стосовно залучення різних частин мови. В нашій вибірці ці способи представлені (а) іменником: *My Greg's "holiday" was one decade old last year, and so eleven years is coming up soon* (Johnson) /спеціалізація, о-значення “день пам’яті загиблого”/; *Take a SUNDAY DRIVE any TUESDAY* (Entertainment Weekly) /генералізація, о-значення “будь-який день тижня, не-вихідний”/; (б) прикметником: *He wanted a new name for nonreligious folks – one that's perky, peppy, and positive. So he came up with one: bright. If you say 'I am bright', they ask, What's that? And it gives you time to explain* (Citizen) /спеціалізація, о-значення “нерелігійний”/; (в) дієсловом: *Is it our job to "sell" Jesus? Looking for signs of spiritual hunger and trusting God to move people toward Jesus is far more effective than trying to sell them on a gimmicky plan?* (SL Journal) /спеціалізація, о-значення “пропагувати шляхом агресивної проповіді”/.

У третьому розділі дисертації “*Функціонування семантичних okazionalizmів в сучасному англomовному дискурсі*” описані особливості реалізації СО кумулятивної, експресивно-регулятивної, оцінно-емотивної, маніпулятивної функцій в англomовному художньому, публіцистичному та рекламному дискурсах. *Кумулятивна функція* СО визначається в роботі як здатність інноваційного знака накопичувати й передавати новий досвід від індивіда до індивіда, від генерації до генерації, від одного мовного колективу до іншого. Акумуляування потенційно значущої інформації в межах СО відбувається на основі (а) образу: *An incompetent coworker leaving – with some encouragement – for a competing company is a "torpedo"* (Word Spy) /о-значення “некомпетентний працівник, який переходить до роботи в конкуруючу компанію”/; (б) символу: *The World War II-era Mustang fighter planes that J. G. Ballard admired as "the Cadillacs of air combat" in his autobiographical novel "Empire of the Sun" were no doubt more worthy of the title* (NY Times) /о-значення “найкраща модель”/. Здатність СО виражати та передавати нові поняття дозволяє вважати їх своєрідними пам’ятками культурного досвіду епохи, неоціненними джерелом інформації про те, що цікавило суспільство в цілому та окремих його представників на тому чи іншому етапі його розвитку.

Експресивно-регулятивна функція СО визначається як здатність привертати увагу потенційного рецептора, виходячи з образності, новизни, не-нейтральності, тобто тих властивостей інновації, які забезпечують деавтоматизм її сприйняття та здатні чинити вплив на поведінкові реакції. Це, зокрема, пояснює тенденцію до розміщення СО на стратегічно важливих дискурсивних ділянках, наприклад, у складі заголовку, назви рубрики, рекламного слогану тощо: *GoodNites Mean Good Mornings* (Housing) /о-значення “сухий” – реклама підгузків/.

Оцінно-емотивна функція реалізує здатність СО виразити ціннісно-орієнтоване відношення суб'єкта номінації до її об'єкта, адже в складі інновації емотивний компонент перебуває у діалектичній взаємодії з аксіологічним, забезпечуючи дію когнітивних механізмів пейорації та амеліорації. СО, що містять позитивну конотацію, виступають дієвим засобом вираження компліменту, подяки, похвали, заохочення суб'єкта оцінки. У публіцистичному дискурсі для наочності з цією метою часто використовуються прецедентні імена представників шоу-бізнесу, спортсменів, акторів тощо: *Stephen Malkmus is their rock's Jack Nicholson: a guy whose insouciant faculty is so great he need only arch a musical eyebrow to entertain* (Entertainment) /о-значення “кумир”/. Негативно марковані СО виступають в якості засобу засудження, критики, соціальної корекції тощо. З цією метою використовуються прецедентні імена історичних диктаторів, політиків, злочинців тощо: *Dick Darman, the Dr. Kevorkian of the Bush administration* (CS Monitor) /о-значення “гуманний вбивця”/.

Аксіологічний аналіз одиниць вибірки вказує на очевидне переважання негативної оцінності, вираженої СО, над позитивною (у пропорції 4 до 1), що можна пояснити значно стриманішим ставленням суспільства до вираження похвали, ніж до засудження.

Реалізація *маніпулятивної функції* здійснюється за рахунок таких прагматичних за природою чинників, як (а) прихована інтенція номінатора; (б) не усвідомлюваний адресатом вплив; (в) стратегії та прийоми, скеровані на досягнення бажаного ефекту. Маніпуляція за допомогою СО реалізується за рахунок висування архетипового образу. Для представників протестантського англосаксонського соціуму такими архетипами можуть виступати біблійні образи, адже більшість англійців та американців з дитинства добре знають Біблію. Привертаючи увагу потенційного рецептора, ці образи водночас блокують в нього раціональне критичне мислення, впливаючи безпосередньо на емоційний рівень свідомості: *Unhappy leader, who has an Achan in his own camp!* (Spurgeon Archive) /о-значення “жадібна ненажера”; в Біблії Ахан – людина, яка викликала гнів Божий через свою жадібність/.

У наступному прикладі біблійна номінація *Lazarus* переосмислюється й виступає засобом позначення політика, який вирішив після перерви поновити свою політичну кар'єру: *Gordon Brown: A political Lazarus?* (Manila Bulletin) /о-значення “політик, який повертається до активної політичної діяльності”/. Позитивна конотація, що супроводжує СО, та імплікована автором публікації впевненість в успішному завершенні політичної реабілітації (воскресіння Лазаря є одним із канонічних біблійних чудес) навіює читачеві підсвідоме почуття впевненості в правдивості запропонованої йому інформації.

Отже, актуалізація архетипового образу в семантичній структурі СО є технікою маніпуляції, поширеною в публіцистичному дискурсі й спрямованою на те, аби не давати вичерпної характеристики об'єкту номінації. Внаслідок цього важливі деталі пропагованої ідеї залишаються поза межами ситуативного контексту, істинні інтенції адресанта вуалюються, залишаючись водночас ланками асоціативного ланцюга, що утворює сигніфікат СО. Наприклад, кандидати на посаду президента США вже багато років поспіль подають суспільству свої програми, “камуфлюючи” їх під книги Священного писання. Порівняйте: *Bill Clinton's “New Covenant”: Re-Visioning an Old Vision* (NF Journal).

Аналіз прикладів нашої вибірки дозволяє стверджувати, що маніпулятивна функція СО реалізується переважно в публіцистичному та рекламному дискурсах. Очевидно, це пов'язане з тим, що важливою рисою цих дискурсів є сугестивність як особлива форма мовленнєвого впливу, за якої адресант (сугестор) коректує установку адресата (сугеренда) шляхом подання інформації таким чином, аби її сприйняття здійснювалося без критичної оцінки.

ВИСНОВКИ

Проведене в рамках неології комплексне дослідження СО дозволило уточнити їхній лінгвістичний статус на основі типологізуючих дихотомій: “узуальне – okazіональне” (оказіоналізми vs неологізми та узуальні лексеми) та “форма – зміст” (семантичні okazіоналізми vs лексичні okazіоналізми).

Відсутність одностайного розуміння лінгвістичного статусу СО підтверджено наявністю принаймні трьох концепцій його тлумачення: перша об'єднує уявлення про СО як про єдиний цілісний знак; друга робить акцент на СО як на прояві значних змін в плані змісту узуальної одиниці; третя концепція схожа з другою, проте підкреслює, що okazіональні смислові порушення можуть мати й незначний характер. Із метою вироблення власного розуміння СО в аспекті семасіології ми використали методику компонентного аналізу, на основі якої визначили його як семему, до складу якої поряд із набором узуальних сем входить одна або декілька okazіональних, контекстно наведених сем.

Структурно-ономасіологічний підхід визначає СО як одиницю номінації, самостійний знак, що виникає внаслідок порушення білатеральності, тобто нерозривності зв'язку між формою та змістом узуальної лексеми. З точки зору когнітивної ономасіології СО розглядається як факт вторинного означування – когнітивної операції, за допомогою якої ми розуміємо та сприймаємо один тип об'єкта в термінах об'єктів іншого типу. Когнітивно-ономасіологічний підхід до опису вторинного іменування дозволяє проникнути в сутність речей на глибинному

рівні свідомості, дослідити пізнавальний потенціал асоціювання в загальнолюдському та етнічно-специфічному сенсах, виявити вплив на номінативні процеси культурних, історичних, міфологічних тощо чинників.

В роботі запропоновано розгорнуте визначення СО як інноваційного творчого продукту когнітивно-дискурсивної діяльності мовця, сформованого шляхом асоціативного переосмислення узуальної лексеми, номінативно-прагматична доцільність якого визначається наявністю наступних характеристик: дискурсивність, антропоцентричність, семантична деривативність, новизна / непередбачуваність, контекстуальність, некодифікованість.

Дискурсивний вимір дослідження СО визначається розумінням дискурсу як когнітивно-комунікативного утворення, в якому відбувається їхнє формування, функціонування та інтерпретація. Емпіричним шляхом, а також із урахуванням даних попередніх досліджень в роботі були визначені дискурси, які особливо сприяють утворенню СО завдяки своїй відкритості та інноваційній проникності – художній, публіцистичний та рекламний.

Необхідність дослідження СО з позицій антропологізму обумовила розробку когнітивно-ономасіологічної моделі породження СО, в основі якої перебувають (а) положення про внутрішній (ментальний) лексикон мовця як оперативну базу мовленнєво-номінативної діяльності; (б) положення про те, що формування інновацій в мовленнєвому потоці є органічною складовою процесу мовленнєтворення.

Модель складається з чотирьох модулів і охоплює процес творення СО як у дискурсі, так і в свідомості номінатора. Перший модуль описує формування зовнішніх відносно людини чинників словотворення – мотиваторів, які визначають як її намагання асоціювати один об'єкт із іншим, так і дати оцінку об'єкту номінації та виразити своє емоційне ставлення до нього. В другому модулі під впливом мотиваторів актуалізуються релевантні для номінативного акту концепти, які ми, відповідно до теорії когнітивної метафори, визначаємо як концепт-референт та концепт-корелят. У третьому модулі концепти зливаються, утворюючи нову концептуальну сутність, у якій сукупно представлені їхні релевантні ознаки. Таким чином починає формуватися семема, яка в четвертому модулі актуалізується в мовленні в узуальній формі, що репрезентує ім'я концепта-корелята, вписуючись в синтагматичний та парадигматичний контекст ситуації.

На основі кількісного аналізу визначено, що до продуктивних способів формування семантичних okazionalizmів належать метафорична антономазія, метафора, метонімія.

У межах функціонального аналізу в роботі були визначені та проаналізовані головні функції СО. Домінуюча роль прагматичних чинників при утворенні СО дає можливість віднести до їхнього складу кумулятивну, експресивно-регулятивну, оцінно-емотивну та маніпулятивну.

Кумулятивна функція реалізує здатність інновації акумулювати в плані змісту семи, що репрезентують нові фрагменти дійсності, виступаючи, таким чином, засобом передачі як індивідуального, так і соціально значущого пізнавального досвіду. Експресивно-регулятивна функція визначається потенційною здатністю СО регулювати поведінку рецептора за рахунок таких властивостей, як новизна, непередбачуваність, інконгруентність, деавтоматизуючи процес комунікації та висвітлюючи в ньому ті ланки, важливість яких хотів би акцентувати мовець-номінатор. Оцінно-емотивна функція СО вказує на їхню здатність виступати засобом позитивного або негативного емотивного впливу. Маніпулятивна функція СО передбачає наявність прихованої інтенції номінатора, що не усвідомлюється потенційним рецептором, адже блокується за рахунок висування в поле його уваги “рідного” архетипового образу.

Отримані результати свідчать про виконання усіх дослідницьких завдань, поставлених у роботі, і слугують відправною точкою для подальшого дослідження СО з позицій діяльнісної, антропоорієнтованої лінгвістики. Перспективними є проблеми, пов’язані з визначенням особливостей інтерпретації СО; їхнім дослідженням із позицій когнітивної теорії; вивченням СО в різних типах дискурсів (науковому, релігійному, побутовому тощо).

Основні положення дисертації викладено в таких публікаціях:

1. Зильбер Н. С. (Молодча Н.С.) Проблема изучения семантических окказионализмов в современном языкознании / Н. С. Зильбер // Вестник Международного Славянского ун-та. Сер. Филология. – 2000. – Т. 3, № 4. – С. 6–11.
2. Зильбер Н. С. (Молодча Н.С.) Характерные признаки семантических окказионализмов / Н. С. Зильбер // Вчені записки Харківського гуманітарного інституту “Народна українська академія”. – 2001. – Т. 7. – С. 415–421.
3. Зильбер Н. С. (Молодча Н.С.) Функциональные характеристики семантических окказионализмов / Н. С. Зильбер // Вестник Международного Славянского ун-та. Сер. Филология. – 2001. – Т. 4, № 1. – С. 25–29.
4. Молодча Н. С. Проблема розмежування семантичних оказіоналізмів і стійких перенесень значення / Н. С. Молодча // Вестник Международного Славянского ун-та. Сер. Филология. – 2001. – Т. 4, № 6. – С. 22–23.

5. Молодчая Н. С. Механизмы реализации содержательного замысла семантических окказионализмов / Н. С. Молодчая // Вестник Международного Славянского ун-та. Сер. Филология. – 2002. – Т. 5, № 6. – С. 25–27.
6. Молодчая Н. С. Факторы понимания семантических окказионализмов / Н. С. Молодчая // Вчені записки Харківського гуманітарного інституту “Народна українська академія”. – 2005. – Т. 11. – С. 566–576.
7. Молодчая Н. С. Специфика понимания семантических окказионализмов / Н. С. Молодчая // Вчені записки Харківського гуманітарного інституту “Народна українська академія”. – 2007. – Т. 13, кн. 2. – С. 170–181.
8. Молодчая Н. С. Семный подход к ситуативному статусу окказионального значения узуальной лексемы / Н. С. Молодчая // Нова філологія : зб. наук. праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2009. – С. 225–230.
9. Молодчая Н. С. Психолінгвістический подход к окказиональному значению / Н. С. Молодчая // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія “Лінгвістика” : зб. наук. праць. – Херсон : ХДУ, 2009. – Вип. ІХ. – С. 182–186.
10. Молодчая Н. С. Маніпулятивна функція семантичних окказионалізмів / Н. С. Молодчая // Наукові записки КДПУ. Серія Філологічні науки : зб. наук. праць. Кіровоградський державний педагогічний університет. – 2010. – Вип. 89 (5) – С. 265–269.
11. Зильбер Н. С. (Молодчая Н.С.) Семантические окказионализмы в современном английском языке / Н. С. Зильбер // Іноземна філологія на межі тисячоліть : міжнар. наук. конференція, присвячена 70-річчю факультету іноземних мов, 25–26 квіт. 2000 р. : тези доповідей. – Харків : Константа, 2000. – С. 92–93.
12. Зильбер Н. С. (Молодчая Н.С.) Прагматический аспект семантических окказионализмов / Н. С. Зильбер // Діахронічне, типологічне і контрастивне дослідження германських, романських і слов'янських мов (семантика й словотвір) : міжнар. наук. конференція, 24–25 квіт. 2001 р. : тези доповідей. – Донецьк : ДонНУ, 2001. – С. 94–100.
13. Молодчая Н. С. Модель понимания семантических окказионализмов / Н. С. Молодчая // Сучасні проблеми та перспективи дослідження романських і германських мов і літератур : V Міжвуз. конференція молодих вчених, 29–31 січня 2007 р. : тези доповідей. – Донецьк : ДонНУ, 2007. – С. 188–189.
14. Молодчая Н. С. Роль механізмів асоціювання в лексико-семантичних транспозиціях / Н. С. Молодчая // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: VII Всеукр. наук. конференція : тези доповідей. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2008. – С. 193–194.

15. Молодчая Н. С. Особенности реализации манипулятивной функции семантических окказионализмов / Н. С. Молодчая // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : IX Міжнар. наук. конференція, 2010 р. : тези доповідей. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 208–210.
16. Молодчая Н. С. Психолінгвістическая модель формирования семантических окказионализмов / Н. С. Молодчая // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : X Міжнар. наук. конференція, 2011 р. : тези доповідей. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. – С. 200–201.
17. Молодчая Н. С. Проблема изучения экспрессивно-регулятивной функции семантических окказионализмов / Н. С. Молодчая // Лінгвістика. Комунікація. Освіта : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конференція : матер. доповідей. – Луганськ : ЛДІКМ, 2011. – С. 72–76.

АНОТАЦІЯ

Молодча Н. С. Семантичні окказіоналізми в сучасному англомовному дискурсі. –

Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.04 – германські мови. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – Харків, 2011.

У дисертації представлений комплексний підхід до вивчення семантичних окказіоналізмів – інновацій, що поєднують узуальну форму з окказіональним значенням, для яких характерні такі ознаки, як: дискурсивність, антропоцентричність, семантична деривативність, новизна і непередбачуваність, контекстуальність, некодифікованість. Розроблено когнітивно-ономасіологічну модель породження семантичних окказіоналізмів. На основі кількісного аналізу визначено, що до продуктивних способів формування семантичних окказіоналізмів належать метафорична антономазія, метафора, метонімія. Встановлено, що в публіцистичному, художньому та рекламному дискурсах семантичні окказіоналізми реалізують кумулятивну, експресивно-регулятивну, оцінно-емотивну та маніпулятивну функції.

Ключові слова: семантичний окказіоналізм, окказіональне значення, когнітивно-ономасіологічна модель, кумулятивна функція, експресивно-регулятивна функція, оцінно-емотивна функція, маніпулятивна функція, антономазія, метафора, метонімія.

АННОТАЦИЯ

Молодчая Н. С. Семантические окказионализмы в современном англоязычном дискурсе. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки. – Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина. – Харьков, 2011.

В диссертации на основе комплексного исследования уточняется лингвистический статус семантических окказионализмов, совмещающих узуальную форму с окказиональным значением, и противопоставленных, с одной стороны, неологизмам и узуальным единицам, а с другой, – лексическим окказионализмам.

В работе выявлен и проанализирован набор онтологических свойств семантических окказионализмов, определяющих их лингвистический статус: дискурсивность, антропоцентричность, семантическая деривативность, новизна и непредсказуемость, контекстуальность, некодифицированность. На основе системно-структурного ономаσιологического подхода определен преимущественно субстантивный характер семантических окказионализмов.

Используемый в семасиологии компонентный анализ позволил определить окказиональное значение как семему, содержащую, наряду с узуальными семами, окказиональную сему.

С целью систематизации накопленного в ходе исследования иллюстративного материала и дальнейшего его изучения в работе предлагается проект первого в отечественной лексикографической практике “Словаря семантических окказионализмов”, особенность которого заключается в адекватном обеспечении словарной единицы сведениями лингвистического, экстралингвистического, культурологического характера.

Разработана когнитивно-ономаσιологическая модель порождения семантических окказионализмов, представляющая собой комплекс согласованно взаимодействующих на основе внутреннего лексикона номинатора модулей. В первом модуле модели описывается процесс формирования образного, аксиогенного и эмоциогенного мотиваторов. Во втором модуле мотиваторы совокупно актуализируют релевантные для номинативного акта концепты – концепт-референт и концепт-коррелят. В третьем модуле происходит слияние этих концептов, в результате которого образуется новая концептуальная сущность – концепт, признаки которого упорядочиваются и образуют семему, при этом актуализированные признаки концепта-референта структурируются в семы, формируя ядро семемы, на периферии которой располагаются деактуализированные признаки обоих задействованных концептов.

Образованная семема не имеет характера жестко детерминированной структуры до тех пор, пока не обретет словоформу, т. е. план своего выражения. В четвертом модуле сформированная семема актуализируется в речи вместе со словоформой, репрезентирующей концепт-коррелят, образуя знак, сочетающий узуальную, конвенциональную форму с окказиональным для данной словоформы значением.

Количественный анализ примеров выборки продемонстрировал, что к наиболее продуктивным способам формирования семантических окказионализмов относятся метафорическая антономасия, метафора, метонимия.

Установлено, что в художественном, публицистическом и рекламном дискурсах семантические окказионализмы реализуют кумулятивную, экспрессивно-регулятивную, оценочно-эмотивную и манипулятивную функции. Кумулятивная функция демонстрирует способность единицы аккумулировать в плане содержания семы, репрезентирующие новые фрагменты действительности, а также социально принятые принципы и нормы, этические и эстетические категории. Экспрессивно-регулятивная функция, специфичность которой определяется образностью, новизной, необычностью, инконгруэнтностью инновации, деавтоматизирует процесс коммуникации и обеспечивает тот прагматический потенциал семантического окказионализма, за счет которого номинатор потенциально может регулировать поведение адресата. Оценочно-эмотивная функция семантических окказионализмов, обусловленная наличием в их семантической структуре компонентов, репрезентирующих позитивную модальность, реализуется как средство выражения комплимента, благодарности, похвалы. Отрицательно маркированные семантические окказионализмы выступают средством индивидуальной и социальной коррекции. Манипулятивная функция, предусматривающая наличие скрытой интенции номинатора, не осознаваемой адресатом, базируется на выдвигании в семантическом окказионализме архетипического образа, блокирующего способность рецептора к рациональному мышлению.

Ключевые слова: семантический окказионализм, окказиональное значение, когнитивно-ономасиологическая модель, кумулятивная функция, экспрессивно-регулятивная функция, оценочно-эмотивная функция, манипулятивная функция, антономасия, метафора, метонимия.

ABSTRACT

Molodcha N. S. Semantic Nonce Words in Contemporary English Discourse. – Manuscript.

Thesis for Candidate Degree in Philology: Speciality 10.02.04 – Germanic Languages. – V. N. Karazin Kharkiv National University. – Kharkiv, 2011.

The dissertation presents a complex approach to the analysis of semantic nonce words (nonsystemic innovations combining conventional form with nonce / occasional meaning) that represent such ontological characteristics as discursivity, anthropocentricity, semantic derivativeness, novelty and unpredictability, contextuality, and non-codified status. A cognitive-onomasiological model of semantic nonce words generation has been developed. According to the quantitative analysis results metaphoric antonomasia, metaphor, and metonymy have been determined as productive methods of formation of the semantic nonce words. The analysis of the empirical data shows that semantic nonce words are regularly found in literary, media, and advertising discourses where they serve as a means of performing cumulative, expressive-regulatory, axiological-emotive, and manipulative functions.

Keywords: semantic nonce word, occasional meaning, cognitive-onomasiological model, cumulative function, expressive-regulatory function, axiological-emotive function, manipulative function, antonomasia, metaphor, metonymy.