



УДК 811.111.22
ББК 81.432.1

ИНТЕГРАТИВНЫЙ ХАРАКТЕР НОМИНАЛИЗАЦИИ НОВЫХ ПОНЯТИЙ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Е.Ю. Ильинова, Т.В. Максимова

В статье показана роль фактора когнитивной интегративности при словообразовании и словопреобразовании. Выявлена специфика процесса семантической модуляции при создании смысловых гибридов с колористическим компонентом в английской терминологии.

Ключевые слова: *концептуальная интеграция, лингвокреативность, номинализация, семантическая модуляция, терминологические словосочетания.*

Когнитивный подход, активно развивающийся в современной лингвистике, позволил существенно расширить представления о композиционности языковых единиц и опровергнуть положения о математической строгости языка, основанные на концепциях Г. Фреге и Б. Рассела, в соответствии с которыми значение истинности пропозиции выводится из суммы истинностных значений ее составляющих. Результаты проводимых сегодня исследований [1; 4; 6–8; 11–13; 15; и др.] указывают на сложный характер познания и креативность языковых способностей человека, проявляющихся, в первую очередь, в разнообразии приемов именованности понятий.

Понятия, как известно, не существуют порознь, а, напротив, связаны множественными связями, организующими их в систему знаний о мире, что становится основой для выбора признаков новых понятий и поиска приемов их именованности словом. По мнению М.В. Никитина, именно концептуальные связи «обслуживают» процессы словообразования и словопреобразования [12, с. 67]; к ним ученый относит классификационные, импликационные, знаковые (конвенциональные, семиотические), отмечая, что именно их взаимодействие определяет номинативный потенциал слова. Сходные мысли высказывал

Ю.С. Степанов, отмечая, что при описании значения слова необходимо учитывать наряду с дифференциальными признаками и интегральные: «Интегральные признаки не противопоставлены непосредственно соответствующим признакам других слов, они образуют “единичное”, “индивидуальное” в означаемом данного слова. Список дифференциальных признаков всегда ограничен. <...> Список интегральных признаков в принципе неограничен, его неограниченность отвечает объективному неисчерпаемому характеру единичного и индивидуального, он может быть ограничен только практическими соображениями описания» [14, с. 88]. Идеи отечественных лингвистов соотносимы с положениями об интегративности и лингвокреативности процессов именованности в языке, высказанными Ж. Факонье, М. Тернером, Дж. Джекендоффом [17; 19] и другими специалистами в области когнитивной лингвистики [5].

Классификационные (категориальные) связи представляются мыслительным аналогом распределения признаков в вещах, они могут быть двоякого рода – гипер-гипонимические (родо-видовые) и симулятивные (метафорические, понятия о сходных денотатах) [12, с. 68]. В отличие от классификационных связей, представляющих общность признаков и обеспечивающих условия для систематизации знаков, импликационные связи отражают реальные отношения, связи, зависимости сущностей объективного мира (связи между вещами, частью и целым, вещью и признаком,

между признаками, наблюдаемыми в мире реальном). При этом одно понятие предполагает с большей или меньшей степенью вероятности мысль о другом, то есть имплицитно другое понятие, если существует какая-либо зависимость, связь между этими сущностями. Соглашаясь с М.В. Никитиным в том, что к импликационным связям относятся причинно-следственные, пространственные, временные и др., уточним: импликация может отражать самые разнообразные виды отношений – единовременные и разновременные, статические и динамические, жесткие и вероятностные связи, понятийно близкие или далекие ассоциации, при этом концептуальные связи соотносимых сущностей могут быть и однонаправленными, и взаимными, но они всегда мыслятся как обратимые (то есть не только причина активизирует мысль о следствии, но и наоборот).

Категоризацию и импликацию в таком широком понимании мы относим к разряду универсальных приемов, обеспечивающих концептуальную интеграцию при создании и именовании новых понятий словом [2, с. 163]. Классификационные и импликационные связи понятий и признаков активизируются при создании ментальных пространств (реализации концептуальных фреймов в дискурсивной деятельности человека – о термине см.: [16]), обеспечивая системность и креативность речемыслительной деятельности человека. Для подтверждения данного положения обратимся к анализу натуралистических приемов концептуализации мира, позволивших человеку в процессе номинации через ассоциации со свойствами материальных предметов выразить абстрактные представления о цветовом спектре как длине световых волн, сформировать семиотическую значимость и далее использовать колористические импликации для номинализации новых понятий в иных лексических системах, в частности, английской экономической терминологии.

Количество оттенков цвета, которые способен различать человеческий глаз, варьируется от пятисот до двух с половиной тысяч, что намного превышает количество лексем, их называющих. Это естественно, потому что ни один язык не может создать количество названий, равное количеству выделяемых цве-

тов и их оттенков. Отражая богатую цветовую палитру «своего мира», человек не только сконструировал уникальную «наивную картину мира цвета», которая опирается на систему «профанных» категориальных признаков [15, с. 32], но и, используя систему классификационных и импликационных связей, создал экономную систему цветоименования.

Анализ приемов названия цвета в английском языке показывает, что кроме лексем, обозначающих базовые цвета *red, yellow, green, blue, brown, etc.* и имеющих точное научное объяснение в колористике, существуют иные способы цветообозначения, основанные на эвристических свойствах мышления. Они позволяют описать любые тона и оттенки цвета (от насыщенных до светлых) через ассоциации с разными сферами природных понятий. В результате категориального анализа средств представления цветности в английском языке¹ установлено, что концептуализация цвета основана на сложной системе колористических ассоциаций, связанных с фактурой поверхности различных природных объектов (*colour* – suffixed form **kel-os-*. COLOR, from Latin *color*, color, hue (< “that which covers”); *red* – suffixed form **rudh-ā-*; RUDDLE, from Old English *rudu*, red color; also: from a source akin to Old Norse *reynir*, mountain ash, rowan (from its red berries), from Germanic **raudnia-*) (AmHD; MWD)).

Категориально-понятийная дифференциация базовых цветов и оттенков проводится в английском языке с опорой на связь с колористикой общеизвестных натуралистических понятий, например: *кровь, растения, овощи, фрукты, небо* и т. п. (ср.: *red* – ‘having a color resembling that of *blood*’, a ripe *tomato*; *blue* – ‘any of a group of colors that may vary in lightness and saturation, whose hue is that of a clear *daytime sky*’; *green* – ‘abounding in or covered with *green growth* or *foliage*’; *yellow* – ‘any of a group of colors of a hue resembling that of ripe *lemons* and varying in lightness and saturation’; *the yolk of an egg*; *brown* – ‘any of various colours, such as those of *wood* or *earth*’; such as *wheatmeal* or *wholemeal flour*; colour of *roasted bread*; or *coffee mixed with milk*, etc. (AmHD; MWD; WWD)).

Номинация цветовых оттенков в английском языковом сознании базируется на меха-

низме когнитивной метонимии – в основе понятий выявляются ассоциации с цветовыми характеристиками поверхности объектов живой природы, которые становятся знаком оттенков цвета, напр.: 1) плоды, цветки, поверхность растений (*banana, cinnamon, ebony, indigo, lilac, mahogany, olive, orange, pea-green, plum, rose, saffron, etc.*); 2) цвет кожи и шкуры животного, окрас, оперение птицы (*ivory, oyster-white, red-sorrel, tan-yellow, bay, chestnut*); 3) драгоценные камни, природные минералы, материалы, металлы (*amber, amethyst, bronze, buff, coal(black), coppery, emerald, lapis lazuli, pearly, pitchy, ruby, sandy, sapphire, silvery, slaty, sooty, (yellow-)gold*); 4) природные явления (*azure, flame, rouge, sienna, sky-blue, snowy-white*).

Ниже приводятся данные, свидетельствующие о том, что понятийная категоризация цветообозначения в английском языке не отличается однородностью – наряду с лексемами, которые напрямую номинируют базовые цвета и оттенки основных цветов спектра, в языке существует в два с половиной раза больше лексем, созданных на основе когнитивной метонимии, в них наблюдается интеграция ассоциаций с разными понятийными областями (см. табл.).

Поскольку цвет может представляться не только базовыми цветами и оттенками, но и их смешением, то в значении определенного коли-

чества лексем выявляются импликации, основанные на категориальном смешении понятий, что приводит к созданию колористических гибридов – концептов с одновременным кодом доступа к двум (и более) сферам понятий (ср.: *oyster-white, rose-pink, steel-grey, emerald-green, etc.*). Так, в лексеме *ochre-pale* ('*yellowish-brown*') наблюдается интеграция имплицитных связей между ассоциативно близкими категориальными признаками ['интенсивность цвета (слабая)' + 'оттенок цвета (близкий к желтому)' + 'оттенок цвета (красно-желтый, приглушенный, ненасыщенный)']. Были выявлены случаи креативного подхода к именованию сложных цветовых оттенков, основанные на интеграции ассоциативно далеких понятий, например: *sparkling ice-cream* ['цвет (мороженое / еда)' + 'оттенок (свет)'], *stormy-emerald* ['цвет (природный камень)' + 'оттенок (природное явление)']. Отметим, что последние случаи типичны для реализаций колористического потенциала системы английского языка в дискурсивной практике (например, в рекламном дискурсе) и характеризуют эвристический прием именованья – номинализацию (именование гибридного концепта с использованием эвристических ассоциаций, обеспечивающих одновременный доступ к двум и более понятийным сферам [3; 4; 6]). При этом в отдельных контекстах особую значимость приобретают семиотические импликации колористики.

Количественное соотношение номинаций базовых цветов, оттенков основных цветов спектра и дополнительных оттенков цвета в английском языке

Основные цвета и оттенки спектра		Дополнительные оттенки цветового спектра	
существительные	прилагательные	существительные	прилагательные
<i>azure, bronze, coal-black, khaki, ochre, pitch, purple, rouge, ruby-red, sorrel, scarlet, vermilion</i>	<i>ashen, blue, auburn, brown, cream-coloured, crimson, drab, grey, green, red</i>	<i>amber, amethyst, banana, blood, bread, buff, cinnamon, chestnut, cocoa, ebony, flame-coloured, gold, indigo, inky, lemon, lilac, mahogany, orange, oyster-white pearl, pink, plumb-coloured, rose, russet, saffron, sloe-black, steel-gray, tangerine, terracotta, turquoise, violet, walnut, yellow</i>	<i>bay, battle-grey, beige, blood-red, chocolate, emerald-green, ivory, jet-black, milky, olive, pea-cook-blue, pea-green, red-ruby, sandy, sapphire, sienna, silvery, sky-blue, slaty, snowy, sooty, tan, white</i>
12 единиц	10 единиц	32 единицы	23 единицы
Всего: 22 (в долях – 0,276)		Всего: 55 (в долях – 0,724)	

Проведенный нами анализ подтверждает объективность положений об интегративном характере создания семантики слова. Теория номинации исходит из того, что любые сложные в структурном и смысловом отношении единицы языка интегрируют в своем значении изначально расчлененные представления об именуемом объекте. Производное слово как «сплав лексического значения мотивирующих единиц и словообразовательного значения» [7, с. 245] не складывается из простой суммы составляющих его элементов, оно «знаменует появление новой лексической единицы со своей собственной смысловой структурой нового номинативного знака» [там же, с. 233]. Для объяснения сути процесса интеграции в лингвистике был предложен термин «неаддитивный» (еще Л.В. Щерба отмечал, что «наличие правил сложения смыслов дает не сумму смыслов, а новые смыслы» (цит. по: [там же, с. 264])).

Ученые полагают (см.: [13; 16; 17; 19] и др.), что композиционность комплексного понятия создается с опорой на системные семантические признаки, которые «обрастают плотью» под воздействием менее предсказуемых прагматических факторов, в том числе контекста и фоновых знаний говорящих. Не отвергая принцип комбинаторности семантики сложных языковых единиц, данная модель акцентирует внимание на интегративно-креативном характере построения языкового значения. Такое представление о композиционности означает, что языковая семантика динамична и постоянно уточняется в сиюминутных многочисленных связях, проекциях и интеграциях ментальных пространств, создаваемых человеком в ходе дискурсивной деятельности [4; 11; 13]. Таким образом, в рамках современной теории концептуализации представление о неаддитивном характере композиционности знака позволяет рассматривать интеграцию как гибкий когнитивный процесс.

Интегрированные ментальные пространства, создаваемые в процессе речемыслительной деятельности [16; 17], отражают одно из ее фундаментальных свойств – «сочетание композиционности как гарантии некоторой предсказуемости структурных и смысловых свойств единиц языка с интегративностью как залогом эвристичности, а главное, новаторства

речевой деятельности» [4, с. 124]. Данное положение в полной мере объясняет способность человеческого сознания творчески воспринимать и переосмысливать представления о среде своего существования и, опираясь на уже известное, понять неизвестное, сформировать новую ментальную сущность и дать ей имя.

Интегративность колористической системы, ее востребованность при словообразовании и словопреобразовании в современных условиях интересует лингвистов. Многолетние наблюдения за процессами словообразования в англоязычном экономическом дискурсе свидетельствуют об активном обращении к семиотике цвета при номинации новых понятий в области экономической терминологии [3; 9; 10; 11; 13]. При этом выявляется гибридный характер именования новых понятий – создание терминологических словосочетаний (далее ТС) с колористическим компонентом, который выполняет функцию квази-специализации. Введенный в семантическую структуру значения ТС, он уточняет родо-видовую системность единицы в объединенной общим понятием терминологической группе. Смысловая связь между единицей, именующей цвет, и ключевым словом в ТС основана на дальних ассоциациях. Так, по давно сложившейся традиции, маркетологи часто классифицируют товары с помощью колористических единиц в атрибутивной функции к базовому термину экономики: *brown goods* ('audio/visual and consumer electronic products such as televisions radios, and stereosets which were traditionally manufactured in brown wooden or simulated wooden cabinets'); *white goods* ('refrigerators, washers, dryers, freezers, and other appliances that are traditionally made with white enamel cases'); *grey goods* ('computing equipment: modems, printers, scanners'). Однако, несмотря на то, что «цветовая традиция» при производстве товаров стала нарушаться и производители существенно расширили цветовую гамму, указанный прием терминологизации приводит к появлению новых словосочетаний, обозначающих дополнительные терминологические гибриды.

За два последних десятилетия была существенно расширена тематическая группа «Потребительские товары». В американской торговой рекламе широко используются сле-

дующие ТС: *yellow goods* ('non-consumable household goods, such as refrigerators or ovens, that are expensive and are usually replaced only after many years of service; generally, yellow goods have a high profit margin'); *orange goods* ('consumer goods, such as clothing, that will last for a period of time but will be replaced, at a moderate rate, because of wear and tear, desire to change, or change in season, or at the discretion of the consumer'); *red goods* ('consumer goods, such as food products, that are consumed and replaced at a fast rate and have a low profit margin').

Представленные ТС входят в классификацию потребительских товаров, принятую в сфере рекламы и маркетинга (так называемая *product color matrix*), где выделение групп товаров основано на ряде специальных критериев (напр., сферы применения, срока службы, уровня оборота средств и т. п. [20]), но именование каждой группы сопровождается семиотизацией – присвоением единице, именуемой цвет, дополнительного (квази-классифицирующего) значения. Востребованность данного приема номинализации сложных понятий имеет практическое объяснение – очевидно, в профессиональных целях гораздо проще пользоваться терминологическими сочетаниями с колористическим компонентом, который можно обозначить как гипероним тематической группы; по отношению к нему конкретные обозначения товаров, входящих в каждую группу, будут его гипонимами.

Кроме указанных тенденций в современном английском языке наблюдается активное использование семиотического (ценностного) потенциала колористических единиц. Отметим, что среди всех единиц цветового спектра лишь три можно отнести к наиболее востребованным – *black, grey, white*, при этом их использование в английских ТС позволяет ввести в значение языковой единицы ценностную импликацию, основанную на шкале социальной оценки экономического явления. Так, черный цвет, как известно, символизирует зло, мрак, негативную оценку, что явно противостоит цвету белому, знаменующему собой открытость, правду, честность, чистоту намерений; серый цвет, занимая промежуточное положение в этом цветоряде, символизирует нетранспарентность, некую тайну, скрытность, неопределенность. Не случайно в ТС с клю-

чевыми компонентами *economy, market, money* в экономическом контексте рядом часто стоят указанные цветовые лексемы: *black market* ('illegal (business of) buying and selling goods or currencies in violation of restrictions such as price controls or rationing'); *grey market* ('unofficial trade, esp. in unissued shares or in controlled or scarce goods'); *white market* ('the legal buying or selling of ration coupons, whose price is determined by the demand and supply of the rationed commodities').

Анализ семантики вышеуказанных ТС свидетельствует о новой тенденции в сфере терминообразования: включение в структуру значения экономического термина колористического компонента с семиотическим импликационным приводит к модификации функции термина – наряду с категориально-уточняющей и классификационной информацией он передает социально-нравственную оценку экономического процесса или явления. Так, присутствие сем 'illegal', 'violation', 'unofficial', 'unissued' вносит в ТС *black market, grey market* существенное смысловое изменение неаддитивного типа – *незаконный, вне закона*, что в целом свидетельствует о семантической модуляции [8] в структуре значения каждого слова в ТС, связанной с интеграцией признаков 'тематическая специализация' и 'оценочность' (оценочность ограничена сферой применения – только в экономическом контексте). Компонент 'незаконное' присутствует и в других ТС со словами *economy, money* в качестве ключевых компонентов. Значение прилагательного *grey* также подвергается специализации в экономическом контексте, где оно получает добавочную сему 'неофициальный', 'полузаконный', ср.: *grey (econ. of merchandise)* – 'branded and authentic but sold below the manufacturers' stated price' (качественные товары некоторых брендов, продаваемые по ценам значительно ниже тех, которые были заявлены производителями). Товары, полученные таким образом, называются *grey goods*, а их купля-продажа – это *grey market* [20, p. 176].

Таким образом, положения теории концептуальной интеграции о гибридности ментальных пространств и приемах усложнения семантики лексем, номинирующих их в дискурсе, получили подтверждение. Проведенное исследование позволило установить, что создание нового значения происходит в грани-

цах определенного контекста. В его основе лежит не столько манипулирование заранее заданными ментальными репрезентациями, сколько активный процесс установления разнообразных связей между разными понятийными сферами и образование нового ментального комплекса, в котором происходит слияние различных форм информации – как долговременной, так и сиюминутной. Необходимость вербализовать данный мыслительный комплекс не просто возбуждает в сознании человека стереотипную когнитивную структуру, напрямую связанную с именем, а запускает некий творческий процесс, при котором человек сам выбирает пути лингвистического конструирования ситуации (объекта) и способы ее номинализации. Анализ когнитивно-семантических особенностей номинализации новых понятий в сфере экономики свидетельствует о модуляционных изменениях в семантической структуре терминологического сочетания с колористической лексемой – квази-специализации и лингвосемиотизации, что приводит к уменьшению значимости денотативных признаков у единиц цветоименования и усилению роли культурно-прагматических импликаций, влияющих на выдвижение семиотической составляющей значения нового термина.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Анализ колористических лексем проводился с использованием данных толковых словарей и тезаурусов английского языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1998. – 895 с.
2. Ильинова, Е. Ю. Вымысел в языковом сознании и тексте / Е. Ю. Ильинова. – Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008. – 513 с.
3. Ирисханова, О. К. Гибриды – экзотика или универсальные ингредиенты семиотических систем? / О. К. Ирисханова // Семиотическая гетерогенность языковой коммуникации : теория и практика : тез. докл. Междунар. науч. конф., Москва, 27–28 окт. 2011 г. – М. : ИПК МГЛУ «Рема», 2011. – С. 62–63.

4. Ирисханова, О. К. Олингвокреативной деятельности человека : отглагольные имена / О. К. Ирисханова. – М. : Изд-во ВГИИ, 2004. – 352 с.
5. Ирисханова, О. К. О теории концептуальной интеграции / О. К. Ирисханова // Изв. РАН. СЛЯ. – 2001. – Т. 60, № 3. – С. 44–49.
6. Кубрякова, Е. С. Когнитивная лингвистика и проблемы композиционной семантики в сфере словообразования / Е. С. Кубрякова // Изв. РАН. СЛЯ. – 2002. – Т. 61, № 1. – С. 13–24.
7. Кубрякова, Е. С. Теория номинации и словообразование / Е. С. Кубрякова // Языковая номинация: Виды наименований. – М. : Наука, 1977. – С. 222–303.
8. Лопушанская, С. П. Семантическая модуляция как речемыслительный процесс / С. П. Лопушанская // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Филология. – 1996. – Вып. 1. – С. 6–13.
9. Максимова, Т. В. Основные тенденции терминообразования в экономическом дискурсе / Т. В. Максимова // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкозн. – 2008. – № 2 (8). – С. 85–92.
10. Максимова, Т. В. Язык и цвет в современной экономике / Т. В. Максимова // Свет и цвет в экономике и обществе : монография / под ред. д-ра экон. наук О. В. Иншакова. – Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008. – С. 568–593.
11. Мотро, Ю. Б. Когнитивно-прагматические факторы реализации специальных лексических значений в дискурсе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Мотро Юлия Борисовна ; МГЛУ. – М., 2010. – 207 с.
12. Никитин, М. В. Основы лингвистической теории значения / М. В. Никитин. – М. : Высш. шк., 1988. – 168 с.
13. Новодранова, В. Ф. Терминология: модификации когнитивных структур в различных типах дискурса / В. Ф. Новодранова // Дискурс как социальная деятельность : приоритеты и перспективы : материалы науч. конф., Москва, 17–18 нояб. 2011 г. – М. : ИПК МГЛУ «Рема», 2011. – С. 34–35.
14. Степанов, Ю. С. Номинация, семантика, семасиология (виды семантических определений в современной лексикологии) / Ю. С. Степанов // Языковая номинация (Общие вопросы). – М. : Наука, 1977. – С. 73–98.
15. Фрумкина, Р. М. Концепт, категория, прототип / Р. М. Фрумкина // Лингвистическая и экстралингвистическая семантика : сб. обзоров. – М. : Наука, 1992. – С. 28–43.
16. Coulson, S. Semantic Leaps: Frame-Shifting and Conceptual Blending in Meaning Construction / S. Coulson. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2000. – 318 p.
17. Fauconnier, G. The Way We Think : Conceptual Blending and the Mind's Hidden

Complexities / G. Fauconnier, M. Turner. – USA : NY, Basic Books, 2002. – 440 p.

18. Holder, R.W. How Not to Say What You Mean / R.W. Holder. – OUP, 2002. – 501 p.

19. Jackendoff, R. Foundations of Language: Brain, Meaning, Grammar, Evolution / R. Jackendoff. – Oxford : Oxford University Press, 2003. – 477 p.

20. Weinberger, M. G. Effective Radio Advertising / M. G. Weinberger, Cambell Leland, Beth Brody. – N.Y. : Lexington Books, 1994. – 174 p.

СЛОВАРИ И ПРИНЯТЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

AmHD – The American Heritage Dictionary of the English Language (with Thesaurus) [electronic version]. – Fourth Ed. Houghton, 2002.

MWD – Merriam-Webster's Collegiate Dictionary. – (11th ed.). – Springfield (Mass.), 2003. – 1621 p.

WWD – Webster's New World Dictionary of American English (3rd College Ed.) / V. Neufeldt (Ed. in Chief). – Cleveland & New York, 1993. – 1574 p.

INTEGRATION IN THE PROCESS OF NOMINALIZATION OF NEW NOTIONS IN MODERN ENGLISH

E. Yu. Ilyinova, T.V. Maximova

The importance of integration in the process of word-building and word-transformation is considered in the article. The formation of terminological hybrids with a coloristic component in English is investigated in the light of semantic modulation theory.

Key words: *conceptual integration, linguacreativity, nominalization, semantic modulation, terminological word-groups.*