

4. Сластенин, В. А. Педагогика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов; под ред. В. А. Сластенина. – М. : Академия, 2002. – 576 с.

5. Харламов, И. Ф. Педагогика: учеб. пособие. / И. Ф. Харламов. – изд. 4-е, перераб. и доп. – М. : Гардарики, 2003. – 519 с.

УДК 81 – 811.11

Ю. Н. МЕСНИКОВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии М. В. Ярошук

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ОДИН ИЗ ИСТОЧНИКОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Неологизм, от греческого *neo* «new» + *logos* «word», - это новое слово, которое может быть в процессе ввода в общее использование, но еще не было принято в основной язык. Неологизмы часто напрямую связаны с конкретным человеком, публикацией, периодом или событием. Согласно Оксфордскому словарю английского языка термин «неологизм» впервые был использован в печати в 1772 году и, таким образом, сам по себе является неологизмом [4].

Неологизмы часто становятся популярными через средства массовой информации, Интернет или из уст в уста. Каждое слово в языке было когда-то неологизмом, хотя большинство из них перестали быть таковыми с течением времени и по принятию.

Можно предположить, что неологизмы играют центральную роль в инновациях, а журналистика – в их репрезентации. В подтверждение этому можно привести следующие интуитивные аргументы:

- введение чего-либо нового требует коммуникации;
- коммуникация требует общего языка;
- для того, чтобы стать частью языка, новым вещам нужны новые слова или словосочетания;
- новости являются источником новых слов, и с их помощью новые вещи могут быть включены в наш язык.

Отсюда можно сделать вывод, что журналистика позволяет обществу обсуждать новые вещи и внедрять инновации. Это относится ко всей журналистике, освещающей инновации.

Роль средств массовой информации в создании коммуникационных мостов между разными культурами имеет первостепенное значение. Чем сложнее становится наш мир в результате экономических, технологических и социальных изменений, тем важнее, чтобы средства массовой информации работали должным образом, и качество новостей оставалось максимально высоким. Одной из самых сложных задач современной журналистики является понимание и освещение глобальных и локальных инновационных экосистем. Для этого журналисту нужны хотя бы знания в области науки, экономики, технологии, политических процессов и правовых систем. Этот новый вызов может быть определен как новый журналистский ритм и называется инновационной журналистикой.

Неологизмы, как правило, чаще встречаются в культурах, которые быстро меняются, а также в ситуациях, когда существует легкое и быстрое распространение информации. Новые термины часто создаются путем объединения существующих слов или при помощи присоединения новых и уникальных суффиксов или префиксов к словам. Неологизмы также могут быть созданы с помощью аббревиатуры или акронимов, преднамеренно рифмуясь с существующими словами или просто посредством игры со звуками.

Неологизмы часто становятся популярными благодаря средствам массовой информации и Интернету, включая академический дискурс во многих областях, известного своим использованием отличительного жаргона. Последние акронимы, такие как *Fordism*, *Taylorism*, *Disnefication* and *McDonaldization* сейчас находятся уже в повседневном использовании.

Неологизмы часто становятся принятыми частями языка. В других случаях, однако, они исчезают из общего пользования так же легко, как они появились. Продолжится ли неологизм как часть языка, зависит от многих факторов, вероятно, наиболее важным является принятие общественностью.

Когда слово из фразы больше не «новое», это уже не неологизм. Однако для неологизмов могут потребоваться десятилетия, чтобы они стали «старыми». Мнения расходятся в том, сколько именно лет должно быть, чтобы слово перестало считаться неологизмом; культурное признание, вероятно, играет более важную роль, чем время в этом отношении.

Создание и развитие новых наук невозможно без неологизмов, ведь появляется необходимость в новых словах и новых интерпретациях старых слов, которые описывают и объясняют реальность по-новому. Ведь как мог Аристотель развить логику силлогизмов или Ньютон теорию динамики без новых словарей и определений? Они были неологами, и каждый, кто хочет внести новые знания, должен им быть. Для новых знаний нет способа обойти новые термины и понятия. Отвергать неологизмы, часто презренно, значит отказываться от научных разработок. Никакие признаки научного

консерватизма не являются такими яркими, как отказ от всего, кроме устоявшихся концепций школы мысли.

Создатели языка – это люди, которые иногда одинаково, иногда каждый по-своему, создают повороты речи, которые становятся обычными для выражения разных вещей, эмоций и терминов. Каждый день разные организации и предприятия, ученые предлагают новые слова, словосочетания и фразы, чтобы дать название вещам. Эти новые слова могут быть эквивалентами уже существующих терминов или могут обозначать что-то новое. Например, Международное общество прав животных (ISAR) в США, встретившись с проблемой, которая заключалась в слишком большом количестве больше не нуждающимися кошками и собаками в Америке предложили включить в английские словари новый термин “*pet overpopulation*”, что можно перевести как «перенаселение домашних животных». Этот термин может быть объяснен как – слишком много животных страдают от оставления их владельцами, и они будут подвергнуты эвтаназии [2, с. 79-83].

Generation L (Поколение L) – это «счастливое» поколение, которое (возможно, до недавнего времени) не переживало действительно трудных времен. Гидеон Рахман определил свой неологизм в *The Financial Times*: поп-социологи любят делить людей, родившихся с 1945 года, на разные группы. Есть родившиеся во время демографического взрыва, есть Поколение X, и мы можем относиться к Поколению Y в настоящем времени. Но, насколько мне известно, мы все являемся членами L поколения, то есть L как счастливчики. Те из нас, кто родился в Западной Европе или США, никогда не переживали трудных времен. Наши родители, бабушки и дедушки пережили мировые войны и Великую депрессию. У нас были десятилетия мира и процветания. Может ли это измениться? Возможно, Поколение L только что получило роскошь длительного «отпуска из истории», который сейчас подходит к концу.

Saddlebacking. В 2008-2009 гг. в ответ на выбор Рика Уоррена, избранного тогдашним президентом страны Бараком Обамой, в качестве оправдания при инаугурации Обамы - и в ответ на комментарий Стивена Колберта о том, что седло звучит как половой акт – читателям «*Savage Love*» было предложено проголосовать за определение неологизма, ссылаясь на роль Уоррена как пастора церкви Седлбэк. Уоррен и церковь поддержали предложение 8 о внесении поправок в Конституцию Калифорнии 2008 года, согласно которому брак в штате был определен только как один мужчина и одна женщина [2, с. 125-130].

McWorld – это термин, который иногда используется для описания распространения ресторанов McDonald's по всему миру в результате глобализации и, в более общем смысле, для описания последствий

международной McDonaldization услуг и коммерциализации товаров и услуг как элемента глобализации в целом. Критики утверждают, что рестораны сети быстрого питания, такие как McDonald's, разрушительны во многих аспектах культур коренных народов в странах, где они были представлены. В марте 1992 года в журнале *The Atlantic Monthly*, впервые опубликованном профессором политологии Рутгерса Бенджамином Барбером, была опубликована статья «Джихад против МакМира», которая описывает международную коммерциализацию как одну из двух великих противоборствующих сил 21-го века, другая из которых - племенной фундаментализм. Он был расширен и опубликован в 1995 году и стал бестселлером. Книга 1999 года под названием «Семя горчицы против МакМира», написанная евангелистским министром Томом Синем, призывает христиан отвергать уменьшение религиозных ценностей, которое, по его мнению, является результатом чрезмерной коммерциализации.

Freedom fries был эвфемизмом для картофеля фри, используемого некоторыми консерваторами в США в результате антифранцузских настроений в Соединенных Штатах во время международных дебатов по поводу решения о начале вторжения в Ирак в 2003 году. Франция столкнулась с сильным противодействием в Организации Объединенных Наций такому вторжению. Позиция Франции была отвергнута в Соединенных Штатах, что привело к кампаниям за бойкот французских товаров и предприятий и удаление названия страны из продуктов.

Нет никаких сомнений, что неологизмы получают большую свою популярность в средствах массовой информации и через Интернет. Мир вокруг нас меняется с невероятно быстрой скоростью и СМИ первые замечают и освещают данные изменения, которые касаются различных областей нашей жизни. Так как изменения касаются чаще всего появления и изобретения чего-то нового, то это является предпосылкой создания неологизмов, которые сразу появляются прессой, оцениваются и принимаются либо не принимаются обществом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Bauer, L. *English Word-Formation* / Laurie Bauer. – Cambridge University Press, 1993. – 311 p.
2. Hoey, M. *A New Theory of Words and Languages* / Michael Hoey. – Routledge: Taylor & Francis Group, 2005. – 202 p.
3. Safire, W. *Safire's Political Dictionary* / William Safire. – Oxford University Press, 2008. – 862 p.
4. Pearsall, J. *Oxford English Dictionary* / Judy Pearsall. – Oxford University Press, 2001. – 21730 p.