

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ

Язык как средство коммуникации отражает все процессы, характерные для данного этапа развития общества, причем, своеобразными вехами, фиксирующими в языке достижения науки и техники, политические и экономические трансформации, изменения социального характера, эволюцию межличностных отношений, актуальные тенденции и направления развития культуры и, являются неологизмы. В настоящий момент английский язык испытывает неологический бум. Ежегодно в английском языке появляется около 800 новых слов, что очень редко встречается в других языках.

Количество неологизмов на лексическом уровне не поддаётся определённому подсчёту. Признаками вхождения новых слов в язык следует считать их способность воссоздания вне первоначального контекста, участие в семантических и словообразовательных процессах [1, с. 54].

Особенно много неологизмов появляется в медиадискурсе. Обращение к изучению неологизмов в рамках газетного текста не случайно. Газета является сферой, наиболее быстро реагирующей на появление новых объектов, явлений окружающей действительности, и, вследствие этого, газетная сфера, как таковая, создает благоприятные предпосылки для возникновения новых слов. Вместе с тем язык и стиль газеты имеют свои отличительные характеристики, позволяющие противопоставить ее другим языковым сферам. Соответственно условия употребления неологизмов в газетном тексте имеют свою определенную специфику. [2, с.15]

Развитие научно-технического прогресса и научные достижения в различных областях человеческих знаний не могли не наложить своего отпечатка на лексическую картину публицистического стиля. Именно поэтому в газетных текстах довольно обширную группу новообразований составляют собственно неологизмы, где новизна формы сочетается с новизной содержания. В анализируемых нами текстах наблюдается присутствие значительного количества примеров собственно неологизмов в виде заимствований. Подобного рода неологизмы обладают высокой степенью коннотации новизны и могут быть отнесены к так называемым «сильным неологизмам». Например:

In a document they described as a covenant, the participants pledged to remain «part of Syria's peaceful uprising for freedom and democracy and pluralism to establish a democratic state through peaceful means. (Daily Telegraph, 2011, c.15)

Само слово «плюрализм» пришло в английский язык из латинского (лат. *pluralis* — множественный) и изначально означало наличие множества сущностей, не имеющих между собой внутренней связи. В современной социологии данное понятие трактуется как признак высшей формы демократии, при которой политическая власть осуществляется противоборствующими и уравнивающими друг друга политическими партиями, а также организациями — профсоюзными, крестьянскими, церковными, ассоциациями предпринимателей. Как видно из примера, данный

неологизм возник в английском языке, полностью сохранив не только свою форму, но и содержание. [3, с. 57]

Интересным случаем заимствования из русского в английский язык является слово *khozraschot* (ср. рус. — хозрасчёт). Если для передачи русских звуков [x], [ч], [з] применяются сравнительно устойчивые соответствия [kh], [ch], [z], то для передачи, йотированной гласной «ё» употребляется английская буква «о», что не совсем соответствует системе международной транскрипции, согласно которой русская «ё» передаётся английскими буквами «е» или «уо».

Приведём ещё пример употребления собственно неологизма — словосочетания 'soap opera':

Some of the viewers who were eager to watch Westminster's soap opera may well have been alarmed, last week, by television detector-vans on the rampage. [4]

Данный собственно неологизм обозначает популярные телесериалы в стиле мелодрамы, которые в 80-е годы XX столетия пришли на отечественное телевидение, и в русских газетных текстах появился неологизм «мыльная опера», представляющий собой калькированную единицу с английского языка 'soap opera'. Интересно, что повышенный интерес зрителей к телепроектам такого плана в английском языке способствовал вступлению данного собственно неологизма в синонимический ряд, и для обозначения «мыльных опер» стала употребляться такая лексическая единица, как 'sudser', представляющая собой уже не собственно неологизм, а неологизм трансноминантного характера. [5, с. 48]

Новообразования трансноминантного характера представляют собой новые лексические единицы, появляющиеся в языке с целью дать новое, более эмоциональное имя предмету, уже имеющему нейтральное наименование. Для английских неологизмов такого типа характерно активное использование модели словосложения. Например:

And a group of women psychologists thanked the board _for using the word «chairperson» rather than «chairman» but argued that too much sexual discrimination still exists within the Association.

(Friday, 2011, с. 17)

В английском языке данный трансноминант обозначает человека, председательствующего или руководящего каким-либо совещанием, конференцией или деловой встречей. В академической среде данное слово является нейтральным обозначением для номинации «заведующий кафедрой» или «декан». Следует отметить, что движение женщин за свои права способствовало появлению новых единиц в определённом секторе лексической карты, но и модификации в других секторах. Так, в 70-е годы прошлого века под влиянием феминистского движения английский язык был объявлен сексистским языком, т. е. языком, дискриминирующим женский пол, так как в нём содержится больше форм мужского рода, чем женского, что во многом объясняется широким использованием слова «*man*» в качестве второго компонента в названии профессий. [6, с. 184]

В английском языке можно встретить новую лексику трансноминантного характера, созданную на основе игры слов: *airhead*; *baby-boomer*; *goggle-box*, *all-nighter*. Например:

Not sure what to wear as we were part of the hippie generation and are now the baby-boomers. (*The Wall Street Journal*, 2011, с. D4)

Новообразование '*baby-boomer*' представляет собой сложнопроизводную единицу, состоящую из двух слов *baby* (ребёнок) и *boomer*, имеющее два значения: 1) *самец кенгуру*; 2) *человек, рекламирующий что-либо или создающий шумиху вокруг чего-либо* с продуктивным словообразовательным суффиксом *e* и служит для обозначения ребёнка, родившегося во время послевоенного демографического взрыва. [1; с. 78]

К третьему типу неологизмов, широко используемых в английских газетных текстах, относятся семантические инновации. Под семантическими инновациями понимаются новые значения уже существующих слов. При этом переосмысление может иметь следующие варианты: 1) старые слова полностью меняют своё значение, утрачивая ранее существовавшее; 2) в семантической структуре слова появляется ещё один лексико-семантический вариант при сохранении всех традиционных. Как показывает выборка примеров, в языке газеты последних десятилетий преобладают единицы второго типа.

В англоязычной прессе чаще семантические новообразования представляют собой простые имена существительные, такие как *house*, *dog*. Иногда встречаются случаи семантического переосмысления на уровне сложного слова или словосочетания: *blue-ribbon*.

Как известно, процесс пополнения лексики новыми словами всегда присутствовал в языке, однако за последние годы объем новаций и скорость их проникновения в язык заметно возросли. Газета является первым письменным фиксатором, регистрирующим появление лексических инноваций, имеющих тенденцию проникать в литературный язык. В газетном тексте новое слово имеет реальную возможность пройти стадию социализации (принятия его в обществе).

Таким образом, развитие языка обусловлено в значительной степени развитием его словообразовательной системы, становлением новых словообразовательных моделей слов, изменением существующих, увеличением или уменьшением их продуктивности и многими другими факторами словообразовательного процесса.

Создание новых слов осуществляется, прежде всего, как отражение в языке потребностей общества в выражении новых понятий, постоянно возникающих в результате развития науки, техники, культуры, общественных отношений и т.д. Установление тенденций развития словообразовательных процессов в языке, совершенствование теории и практики лексикографии и пр. - всегда были важнейшими проблемами лексикологии.

Огромный приток новых слов и необходимость их описания обусловили создание особой отрасли лексикологии - неологии - науки о неологизмах. Особенно много неологизмов появляется в научно-техническом языке в

результате бурного прогресса науки и техники.

Появление у слова нового лексико-семантического варианта в прагматическом аспекте вариативности рассматривается как результат варьирования в его употреблении в различных ситуациях общения в зависимости от социального, территориального, национального, возрастного, профессионального и прочих статусов участников коммуникации. Одна и та же лексика по-разному реализуется в однотипных ситуациях представителями различных слоев носителей языка. В результате употребления слова в нетипичной для него ситуации (контексте) носителям иного социолекта (языка определенной социо-профессиональной группы) оно приобретает новый оттенок значения, который затем оформляется в отдельный лексико-семантический вариант слова.

С другой стороны, любая семантическая новизна рождает прагматическую новизну. Появившийся новый ЛСВ слова расширяет прагматику всей лексемы, так как расширяется спектр ситуаций и контекстов ее употребления, и, следовательно, ограничений на ее употребление.

Однако в теории неологии в англистике имеется еще много проблемных областей исследования. К ним относится в первую очередь системный анализ факторов, этапов, механизма появления новых слов и значений в плане как экстралингвистической (социолингвистической или функционально-прагматической соотнесенности), так и собственно лингвистической обусловленности преобладающих продуктивных моделей в языке. Бесспорно, установлено, что такие функционально-стилистические разновидности современного английского языка как стиль и язык средств массовой коммуникации (пресса, телевидение, радио), такие сферы общественной жизни как реклама, деловое общение, наука, техника, электроника, медицина, политика, финансы, мода являются в силу ряда социолингвистических причин основными «поставщиками» новой лексики в современном английском языке.

Список использованных источников

1. Фуко, М. Слова и вещи / М. Фуко. – М.: Гуманитарные науки, 1974. – 404 с.
2. Заботкина, В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с.
3. Нецименко, Г. П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: Проблемы. Тенденции. / Г. П. Нецименко // Вопросы языкознания. – 2001. - №1. – С. 21-34.
4. Латышев, Л. К. Перевод: теория, практика и методика преподавания / Л. К. Латышев, А. Л. Семенов. – М.: Академия, 2003. – 192 с.
5. Волков, С. С. Неологизмы и внутренние стимулы языкового развития / С. С. Волков, Е. В. Сенько // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Профиль, 1983. – С.43-57.