

Гарифуллина Эльвира Ильдусовна, Кознова Ольга Александровна

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматриваются неологизмы, вошедшие в современный английский язык. Анализируются способы их образования, рассматриваются случаи их контекстуального употребления. Основное внимание авторы акцентируют на возможности изменения значений и эмоционально-экспрессивных характеристик лексем при их переходе из одного функционального стиля в другой.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2013/8-2/11.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 8 (26): в 2-х ч. Ч. II. С. 46-49. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2013/8-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

УДК 42/48

Филологические науки

В статье рассматриваются неологизмы, вошедшие в современный английский язык. Анализируются способы их образования, рассматриваются случаи их контекстуального употребления. Основное внимание авторы акцентируют на возможности изменения значений и эмоционально-экспрессивных характеристик лексем при их переходе из одного функционального стиля в другой.

Ключевые слова и фразы: лексическая единица; эмоционально-экспрессивная окрашенность; перенос значения; стяжение; стилистические неологизмы; терминологические неологизмы.

Гарифуллина Эльвира Ильдусовна, к. филол. н.

Кознова Ольга Александровна, к. психол. н.

Чистопольский филиал «Восток» Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева – КАИ
elviraig@mail.ru; olga-koznova@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ[©]

Современные лингвисты фиксируют появление огромного количества новых лексем и выражений в английском языке, которые одновременно отражают и определяют постоянно меняющуюся реальность, а именно проблемы и стремления людей в процессе изменения их жизни. В подтверждение можно привести слова В. С. Виноградова: «В век научно-технической революции и ускоренного духовного прогресса таких слов появляется множество, и образуются они по различным продуктивным моделям языка. Помня о дихотомии языка и речи, важно подчеркнуть, что, в конечном итоге, неологизмы относятся к фактам языка, ибо они вызваны к жизни не столько экспрессивно-эмоциональными надобностями индивидуума, сколько коммуникативной потребностью общества, словесно-детерминирующего новые предметы, явления, факты, понятия и т.п.» [1, с. 122-123].

В этой связи необходимо отметить, что под лексическими неологизмами понимаются «любые новые словарные и фразеологические единицы, появившиеся в языке на данном этапе его развития и/или обозначающие новые понятия, возникшие в результате развития науки и техники, новых условий жизни, социально-политических изменений» [2, с. 77]. Многие из них выполняют функции терминов, соответствуя таким требованиям к терминологии как точность, абсолютная и относительная однозначность, простота и понятность, независимость от контекста, отсутствие полисемии, экспрессивности, а значит и установления синонимичных отношений с обычными нетерминологическими словами на основании эмоционально-оттеночных, экспрессивных и стилистических различий. Однако периодическое использование терминов за рамками научного стиля приводит к переориентации их речевого употребления. Термины как средства выражения специальных реалий, категорий и понятий утрачивают свою конкретизацию, границы содержания понятия, именуемого конкретным термином, расширяются. Данная лексика превращается из общенаучной терминологии в общенаучную лексику, то есть лексику неспециального содержания, широкого обобщенного значения и книжного по употреблению характера, использование которой уже не ограничивается одним научным стилем. Обсуждение специальных тем, затрагивающих вопросы науки и техники в рамках данного стиля, неизбежно упрощает понятийную сторону данных тем и переводит сообщение на более или менее популярный, неспециализированный уровень.

Для описания многочисленных реалий современной жизни, для характеристики новых понятий в экономике, политике, науке журналистами нередко используются новые, неизвестные термины, значения которых непонятны читателю, так как они обозначают совершенно новые понятия и явления. Неизвестные термины часто поясняются авторами статей (дается авторский комментарий). Такие термины одновременно выполняют не одну, а несколько функций, схожих с функциями неологизмов: 1) используются как средство для обозначения новых понятий и явлений – научно-познавательная функция; 2) выполняют стилистическую функцию, так как несут в себе эффект новизны, необычности для читательского восприятия.

Не менее существенную роль в развитии лексики играют семантические сдвиги, происходящие в уже существующих в языке словах. Известно, что «перенос слова из одной сферы, где его функционирование закреплено социальными традициями и отложилось в виде определенной функционально-стилевой окраски, – в другую, чуждую сферу может повлечь за собой и изменение эмоционально-экспрессивной его характеристики» [3, с. 79]. В английской лексике можно встретить достаточное количество общеупотребительных слов, не закрепленных за определенной сферой общественной деятельности, а значит обладающих нулевой функционально-стилевой окраской и нейтральных в эмоционально-экспрессивном плане: *quantitative* (количественный), *easing* (ослабление, упрощение), *crunch* (хруст, скрип, треск), *tweet* (птичий щебет, чириканье), *Supertino* (город в округе Санта-Клара штата Калифорния, США), *spring* (весна), *harassment* (оскорбление, притеснение, домогательство), *journalism* (журнализм), *data* (информация, данные), *smog* (смог).

Претерпев соответствующие смысловые изменения, они вошли в состав общественно-политической лексики, где используются в образном значении. В этом новом метафорическом значении они приобретают эмоционально-

экспрессивную окрашенность: *quiesing* (смягчение денежно-кредитной политики), *credit crunch* (дефицит кредита), *twagiarism* (плагиат в Твиттере), *twitterverse* (мир в Твиттере), *twittiquette* (нормы поведения, этикет в Твиттере), *Cupertino effect* (эффект Купертино), *the Arab spring* (Арабская весна), *car-rassment* (притеснения, гонения автомобилистов), *citizen journalism* (гражданский журнализм), *data smog* (избыток информации).

В данном случае речь идет об использовании стилистических неологизмов, которые необходимы для нового экспрессивного обозначения уже существующих понятий и явлений. И. Р. Гальперин отмечает, что «основными функциями стилистических неологизмов являются две: первая – раскрытие какой-то дополнительной черты явления и вторая – выявление своего отношения к фактам объективной действительности» [2, с. 80-81].

Последние 2-3 года часто встречается выражение *–credit crunch*” (дефицит кредита). *–Crunch*” (хруст, скрип, треск) – очень экспрессивное слово на эмоциональном уровне. При его произнесении в голове возникают различные образы. Во-первых, ассоциации с завтраком в случае с *–Crunchy Flakes*” (хрустящие хлопья). Во-вторых, *–crunch*” напоминает звук, который возникает, когда вы пытаетесь припарковаться и резко давите на газ – *–Crunch! – oops*”. Однако *–credit crunch*”, несмотря на благоприятное звучание, имеет негативное значение. С 2007 года термин приобретает популярность в связи с глобальным экономическим кризисом. В отличие от более привычных лексем *–economic downturn*” (экономический спад), *–recession*” (спад, рецессия), использование данного термина в кредитной сфере ограничивается значением «истощаться», «иссякать». За последние десятилетия политика таких стран как Британия и США была направлена на доступность кредитов. *–You want to buy a house but you haven’t got any money? No problem. How much do you need?*” [10] (Вы хотите купить дом, но у вас нет денег? Не проблема. Сколько вам нужно?). Но все изменилось, когда банки обвалились, предприятия прекратили существование, а правительства этих стран неистово пытались выйти из затруднительного положения, никто никому не хотел больше одалживать денег. Если вам нужен был кредит, независимо от того, являлись ли вы физическим лицом или небольшим предприятием, или даже банком, все труднее и труднее было получить его. В результате банкротство, безработица, уменьшение потребительских расходов, одним словом, – рецессия, спад. Появившись в публицистике, лексема расширила свое значение и стала употребляться для описания различных экономических проблем, выполняя функцию метафорического эпитета, например, в выражении *–credit-crunch in Britain*” (кризис кредитно-финансовой системы Британии). В следующей статье под заголовком *–China stocks hit by credit crunch fears*” («Китайские фонды пострадали из-за опасений, связанных с кризисом в кредитно-финансовой системе») на эмоционально-экспрессивном уровне отражается ситуация с кредитами, которая сложилась в Китае. Кредитный бум в Китае, поддерживаемый правительством, являлся ключевым вкладом в экономический рост страны за последние годы. После мирового финансового кризиса 2008-2009 годов Китай стимулировал кредитные займы в надежде повысить свой экономический рост. С одной стороны, эта мера помогала смягчить влияние кризиса на экономику Китая. С другой стороны, это привело к тому, что слишком много дешевой наличности наводнило его финансовую систему. В этой связи глава государства заявил о введении жесткой кредитной политики. В попытке ввести дисциплину в банках и перестать рассчитывать на кредиты *PBOC* временно приостановил потоки дешевой наличности:

That resulted in China’s banks – mostly state owned – charging each other some of the highest lending rates ever – over 25% in some cases – triggering fears of a credit crunch [7].

В результате банки Китая, в основном государственные, назначили самую высокую процентную ставку для займов, которая когда-либо была, а именно свыше 25%, тем самым вызывая опасения, что кредиты иссякнут.

Подобно многим терминам, используемым в финансовой сфере, терминологическое выражение *–quantitative easing*” нашло широкое употребление как следствие *–credit crunch*”. Но что же оно точно означает? По существу, это разрешение Банку Англии печатать деньги. В ситуации, когда процентные ставки падают до рекордно низких отметок, банки не выдают кредиты, вместе с тем снижаются расходы потребителей. Наступает *–liquidity crisis*”, то есть недостаточность расходуемых средств. Это время, когда экономике необходимо скорейшее вливание капитала, а именно *–quantitative easing*” [11]. Иногда в местной прессе вместо этого выражения можно встретить лексему *–quiesing*” (смягчение денежно-кредитной политики), образованную при помощи стяжения двух первых букв лексемы *–quantitative*”, соединенных с *–easing*”. Как нельзя лучше все вышесказанное иллюстрирует пример с ситуацией в США. В статье под названием *–US growth rate revised down to 1.8%*” («Темпы роста в США пересмотрены в сторону понижения до 1.8%») дается четкое описание экономической ситуации страны. Согласно статье, рост экономики замедлился и составил гораздо меньшую цифру, чем это ожидалось, а именно ВВП вырос на 1.8%, а по прогнозам должен был составить 2.4%. Более того, ситуацию осложняют незначительные бизнес инвестиции, снижение потребительских расходов, падение экспорта, рост акций. Индекс *Dow Jones* закрылся на 150 пунктов на уровне 14,910. В результате все это привело к следующей ситуации:

Global stock markets had dropped sharply at the end of last week after Fed chairman Ben Bernanke said on Wednesday that the US central bank start reining in its quantitative easing programme later this year and wind it up completely by mid-2014 [8]. Мировые фондовые рынки резко обвалились в конце прошлой недели, после того как председатель ФРС (совет управляющих федеральной резервной системы США) Бен Бернанке в среду заявил о том, что Центробанк США начинает сдерживать программу смягчения денежно-кредитной политики в конце этого года и полностью завершит ее к середине 2014 года.

Появление в языке новых групп слов, разнообразных по тематике, связанных с новыми политическими, экономическими, культурными реалиями, вызвано, прежде всего, развитием науки и техники, открытостью современного общества для международных контактов, созданием новой системы ценностей. Таким образом,

развитие компьютерной техники, рост популярности интерактивных сетевых информационных сайтов дали небывалый урожай новых научно-технических слов и выражений, например: *–Google*” (название крупнейшей сети поисковых систем, принадлежащей корпорации *Google Inc.*), *–Facebook*” (название самой крупной социальной сети в мире), *–Twitter*” (система, позволяющая пользователям отправлять короткие текстовые заметки, используя веб-интерфейс), *–blogvertising*” (размещение рекламных объявлений через блоги). Среди них встречается многочисленная группа существительных, образуемых специальными суффиксальными средствами, семантическим стяжением, усечением основы, словосложением. Например, в газетном тексте *–Online advertisers change tactics*” («Интернет-рекламодатели изменили тактику») для быстроты передачи информации журналисты используют новые слова, образованные посредством конверсии. Тогда основная функция такого неологизма будет связана с более сжатой, «экономной» трактовкой материала: *blogvertising* (blog+advertising):

Some advertisers are considering enlisting the help of popular blogs to spread their message. So-called blogvertising involves paying respected bloggers to endorse products, but is that really in the spirit of what a blog is? [5]. Некоторые рекламодатели думают о том, чтобы заручиться поддержкой популярных блогов для распространения своей информации. Так называемое размещение рекламных объявлений через блоги предполагает оплату надежным блогерам, выступающим в поддержку товара. Но разве это соответствует принципам Интернет-блога?

Такая формула сложносокращенных слов, образованных путем сложения двух (иногда и больше) усеченных основ, приобретает все большую популярность при обозначении новых предметов и явлений действительности.

Не меньший интерес представляет английская лексема *–tweet*”, которая, так же, как и *–Google*”, *–Facebook*”, привлекает внимание из-за необычной формы употребления путем перевода данных основ в другую парадигму словоизменения: *tweet* (запись в социальной сети микроблогов *Twitter*) – *to tweet* (оставлять сообщение на сервисе микроблогинга *Twitter.com*) – *to re-tweet* (обратить внимание на сообщение в *Twitter* и процитировать содержимое у себя в сети) – *to tweet up* (организовать встречу через социальный сайт *Twitter*). Опять таки обращает на себя внимание активный вид словотворчества, а именно называние предметов при помощи сложносокращенных слов: *twagiarism* (twitter+plagiarism) – плагиат в Твиттере; *twitterverse* (twitter+universe) – мир в Твиттере; *twittiquette* (twitter+ etiquette) – нормы поведения, этикет в Твиттере; *tweep-up* – встреча, организованная через социальный сайт Твиттер; *twestival* (twitter+festival) – собрание, встреча в Твиттере; *twirgin* (twitter+virgin) – новый человек в Твиттере. Распространению такого типа неординарных производных способствовало приобретение усеченным компонентом *–tw*” относительной подвижности и выражающейся в его способности присоединяться к сравнительно большому числу разнообразных основ.

Следует отметить, что популярность Твиттера выросла после избирательной кампании 2008 года, когда кандидаты на президентский пост в Америке использовали социальный сайт Твиттер, чтобы держать своих избирателей в «курсе событий». Барак Обама мог общаться в Твиттере с сотнями тысяч сторонников в предвыборный период и продолжает организовывать собрания с общественностью через этот социальный сайт:

US President Barack Obama has held his first Twitter ‘town hall’ meeting, where he answered questions posed by users of the micro-blogging website... These question-and-answer sessions are usually known as ‘town hall’ meetings in the US, this event is being called a ‘–tweep-up’ by the Obama administration [9]. Президент США Барак Обама провел свое первое собрание ратуши в Твиттере, на котором он ответил на вопросы пользователей интернет-микроблогинга. Подобные встречи в форме вопросов и ответов обычно известны в США как собрания общественности. Администрация Обамы называет это событие *–Tweep-up*”, то есть, встреча, организованная через социальный сайт Твиттер.

Еще одним ярким примером использования стилистического неологизма, способного по-особому оценить явление, факт объективной действительности, раскрыть дополнительную характеристику предмета и явления и высказать свое (субъективное) отношение к этим фактам и реалиям, является словосочетание *–net evangelist*” в газетной статье *–Call to regulate the net rejected*” («Требование, связанное с регулированием сети, отклонено»):

–The internet should not be used as a scapegoat for society’s ills”, said Vint Cerf, Google’s net evangelist and a founding father of the network [6]. «Не следует делать из Интернета козла отпущения за проблемы в обществе», – сказал Винт Серф, проповедник и основатель сети *Google*.

Это один из случаев получения неологизмов из слов, которые были переосмыслены применительно к новым явлениям действительности. Существительное *–evangelist*” приобретает новое контекстуальное значение *–a person who emphasizes the authority of the Google’s network, who tries to persuade people to use Google*”, то есть Винт Серф рассматривается в качестве основателя и проповедника сети *Google*, при этом вытесняется актуальное словоупотребление основного предметно-логического значения *–a person who tries to persuade people to become Christians, especially by traveling around the country holding religious meetings or speaking on radio or television*” [4, p. 428] (евангелист, странствующий проповедник, миссионер). Намеренное столкновение библейской лексемы *–evangelist*” и относительно современного термина *–a*” дает особый стилистический эффект, направленный на привлечение внимания.

Другим модным новообразованием является та же форма с использованием испанского суффикса *–ista*. Он передает слегка презрительный тон тому слову, к которому добавляется: *fashionista* (человек, работающий в сфере моды или одежды), *trendonista* (гламурная женщина), *staycatalionista* (человек, проводящий отпуск дома), *frugalista* (человек, который экономит на всем), *recessionista* (клиент, делающий покупки во время экономического кризиса).

Проникновение новых лексем в современный английский язык происходит с необычайной скоростью и в необъятном масштабе. Одни из них существуют годы, другие исчезают буквально через несколько месяцев

после появления, а третьи претерпевают смысловые изменения, приобретая еще одно значение или оттенок. На фоне возникновения новых слов и оборотов, выпадения из активного словарного запаса слов, происходит возвращение к активному употреблению слов, находящихся в пассивном словарном запасе. На появление новых слов влияет целый ряд лингвистических, социальных, культурных и психологических факторов. Новые лексемы, формирующие современный английский язык – разговорный и печатный, меняют свое значение в зависимости от интонации, моды, определенного контекста и авторского словотворчества. Они образуют довольно расплывчатые и пересекающие друг друга словесные сферы, что позволяет им легко переходить из одного функционального стиля в другой.

Список литературы

1. **Виноградов В. С.** Перевод: общие и лексические вопросы: учеб. пособие. 5-е изд. М.: КДУ, 2009. 238 с.
2. **Гальперин И. Р.** Очерки по стилистике английского языка. М.: Изд-во лит-ры на иностр. яз., 1958. 459 с.
3. **Кожин А. Н., Крылова О. А., Одинцов В. В.** Функциональные типы русской речи: учеб. пособие для филол. спец. ун-тов. М.: Высш. школа, 1982. 223 с.
4. **Hornby A. S.** Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Sixth Edition. Oxford: Oxford University Press, 2000. 1540 p.
5. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4747818.stm> (дата обращения: 10.12.2012).
6. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6968322.stm> (дата обращения: 02.04.2011).
7. <http://www.bbc.co.uk/news/business-23041912> (дата обращения: 25.06.2013).
8. <http://www.bbc.co.uk/news/business-23062369> (дата обращения: 26.06.2013).
9. <http://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-14040368> (дата обращения: 06.07.2011).
10. http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/language/uptodate/2009/05/090519_uptodate_cc_page.shtml (дата обращения: 19.05.2013).
11. http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/language/uptodate/2009/05/090602_uptodate_qe.shtml (дата обращения: 02.06.2013).

FEATURES OF NEOLOGISMS USE IN THE MODERN ENGLISH LANGUAGE

Garifullina El'vira Il'dusovna, Ph. D. in Philology

Koznova Ol'ga Aleksandrovna, Ph. D. in Psychology

Kazan' National Research Technical University named after A. N. Tupolev (Branch –Vostok') in Chistopol'
elviraig@mail.ru; olga-koznova@mail.ru

The authors consider neologisms included in the modern English language, analyze the ways of their formation, consider the cases of their contextual use, and pay special attention to the possibility of changing the meanings and emotional-expressive characteristics of lexemes as they transfer from one functional style to another.

Key words and phrases: lexical unit; emotional-expressive colouring; transfer of meaning; contraction; stylistic neologisms; terminological neologisms.

УДК 37:02

Педагогические науки

Статья посвящена проблеме обучения иностранным языкам в России XVIII-XIX веков. Показано, какую роль играли иностранные языки в образовательном процессе в целом, какие методы обучения использовались в учебном процессе. В подготовке данной статьи использованы публикации классиков отечественной науки Ф. И. Буслаева и Л. В. Щербы, а также современных исследователей.

Ключевые слова и фразы: обучение иностранным языкам в России XVIII-XIX веков; современные языки; классические языки; грамматико-переводной метод; учебные заведения.

Головина Нина Валентиновна, к. филол. н.

Средняя общеобразовательная школа № 13, г. Тамбов
golovina-nina@bk.ru

ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В РОССИИ XVIII-XIX ВЕКОВ®

Интерес к иностранным языкам и методике их преподавания не ослабевает на протяжении уже многих лет. Прежде всего, это объясняется желанием овладеть одним или несколькими иностранными языками. В настоящее время знание иностранных языков дает подрастающему поколению бесспорные преимущества: возможность лучшей интеграции в обществе с рыночной экономикой, лучшего трудоустройства, более полного понимания мира в целом [4; 5].