

3. Фурс Л.А. Эмоционально-экспрессивные предложения квазипридаточной структуры как элемент синтаксической системы совр. англ. языка. Автореферат. Иркутск, 1995. – 32 с.

Е.А. Третьякова

*студентка 4-го курса Института лингвистики
РГППУ, Екатеринбург*

Ю.В. Алабугина

*доцент кафедры германской филологии
РГППУ, Екатеринбург*

Неологизмы средств массовой информации в современном английском языке

Английский язык, как и прочие языки, находится в постоянном изменении и динамике. Лексика как самый подвижный пласт языка, больше реагирует на все изменения в социальной, культурной и других сферах жизни. Развитие языка в основном происходит за счет изменения уже существующих словообразовательных моделей, а также при помощи становления новых. Потребность общества в выражении новых понятий, постоянно возникающих в результате развития науки, техники, культуры, общественных отношений влечет за собой появление новых слов.

Большой приток новых слов и необходимость их описания обусловили создание особой отрасли лексикологии – неологии – науки о неологизмах. Неологизмы – это новые слова или фразеологические единицы, отличающиеся своей новизной либо по форме, либо по содержанию (или и по форме, и по содержанию).

В неологии в последнее время преимущественный акцент делается на функционально-прагматический аспект новых слов и значений, на учет социологических факторов. Основной «поставщик новой лексики в литературном языке» – пресса. Преобладающее большинство неологизмов, имеющих письменную фиксацию и представленных в словарях новой лексики, заимствованы из СМИ – журналов, газет, телевидения, интернета и т.д. (например, a blog, web log, webpage, , an iPod, a spam, to be wired).

В этом отношении источники средств массовой информации были избраны как непосредственный материал данного исследования.

Существует различные классификации неологизмов. Например:

Классификация Л. А. Хахама, Е.В. Розена

1) собственно неологизмы (новизна формы сочетается с новизной содержания): a podcast, e-portfolio, iTunes, cell < a cellular phone, webinar (онлайн-конференция), biPodding (передача подкастов), touch-phone (сенсорный телефон);

2) трансноминации, сочетающие новизну формы слова со значением, уже передававшимся ранее другой формой: Twenties-era, café-bars, a supermegastar, al desco (приносить бутерброды на ланч), blamestorming (искать козла отпущения), thirty-somethings (люди, которым чуть за тридцать), fashizzle (конечно);

3) семантические инновации, или переосмысления (новое значение обозначается формой, уже имевшейся в языке): to text (отправлять сообщения по сотовому телефону), cell (мобильный телефон), google search bar (панель в ИТ), to antique (посыпать спящего мукой в качестве проделки), truthiness (видимая правда), a fail (страничка в интернете со скандальными разоблачительными фото), a fairy (трус, робкий человек).

По источнику появления неологизмов они делятся на: общезыковые (как новообразованные, так и новозаимствованные); авторские.

Луи Гилбер предложил классифицировать неологизмы с учетом способа их создания: 1) фонологические, 2) заимствования, 3) семантические, 4) синтаксические, создаваемые путем комбинации существующих в языке знаков (словообразование, словосочетание).

Фонологические неологизмы создаются из отдельных звуков. Они представляют собой уникальные конфигурации звуков. Новые конфигурации звуков иногда сочетаются с морфемами греческого или латинского происхождения, например: perfol пластическая пленка, acryl, perlon (синтетические материалы). К группе фонологических неологизмов можно отнести слова, образованные от междометий: woot! Ура!; whee! для выражения радости, восторга, ah-hah! выражение осознания. Основа отмеждометийных неологизмов – импликация звуков и звукоподражаний – ономотопия. К этой же группе условно относятся новые междометия типа: d'oh! Черт, я снова не то сделал!; uesh или uuck – междометия, выражающие сильное отвращение.

Что касается заимствований, основными языками-источником продолжают оставаться французский и немецкий (à la mode блюдо с мороженым, über-nice < super-nice, übershopper). Новой тенденцией является рост заимствований из африканских и азиатских языков, особенно из японского.

Морфологические неологизмы, создаются по образцам, существующим в языковой системе. Это такие словообразовательные процессы, как аффиксация, конверсия, словосложение, сокращение и др.

Аффиксальный способ преобладает при создании собственно неологизмов. Например, префикс e- (сокр. electronic: e-books, e-voting); полупрефикс euro- (euro-currency, euro-butter); subprime, super-handy, super-mega; semi-entertaining, semi-immortality, un-Australian, un-follow, anti-citrus, anti-P.C. ('anti' + 'politically correct'). Одним из самых употребительных сленговых суффиксов является суффикс -y/-ie (goalie=goal keeper, hoodie – человек, одетый в балахон с капюшоном или кепку, скрывающие лицо).

Среди сложных неологизмов в целом преобладают двухкомпонентные единицы: floordrobe место для вещей на полу, blamestorming, to abstakiss воздержаться от поцелуя, to shoulder-surfing украсть пароль, код; gobmacked изумленный, не в состоянии сказать что-л.; audiophile коллекционер аудио-записей. Возрастает количество сложнопроизводных единиц: hole-in-the-wall банкомат, get-up-and-go-person активный, a come-hither-look манящий взгляд. Повторы являются отличительной чертой современного АЯ: a toy boy влюбленный в зрелую женщину, pamby-pamby сентиментальный, lovely jubbly превосходный. Они служат для привлечения внимания, а также выражения большей экспрессивности.

Конверсия как способ создания новых слов путем деривации значительно снизила свою активность и уступает всем другим видам словообразования. Основной моделью продолжает оставаться N > V: to modem, to google, to podcast, to facebook, to face-palm. Образование существительных от глаголов в настоящее время менее продуктивно. Среди конвертированных существительных усиливается тенденция к образованию от глаголов с послелогом: rip-off, give-back, getaway, make-up, buy-off. Так же как для аффиксальных и сложных неологизмов, для новых конвертированных образований характерна тенденция к многокомпонентным структурам.

Число сокращений в последние десятилетия растет. Они отражают тенденцию к рационализации языка, к экономии языковых усилий. Из четырех видов сокращений (аббревиатуры, акронимы, усечения, слияния) преобладают усеченные слова: pre-nup < prenuptial agreement, euro < euro-currency, showbizzy < showbusiness, a lad mag < magazine, to fess < confess, lax < relax, zine < magazine, academ < academic. Последнее время усиливается тенденция увеличению слияний, в которых происходит наложение фонем на стыке двух слов: docusoap < a documentary programme + soap, netizen < an internet citizen, staycation < stay + vacation, awesomemelicious, accountabilibuddy, fabject < a fabricated 3-D object. Среди сокращений большое место занимают аббревиатуры: ABCD (American-born Confused designated hitter), UNRRA (United Nations Relief and Rehabilitation Administration). В отличие от аббревиатур, акронимы произносятся как полные

слова. Например: FAQ (Frequently Asked Questions), Wysiweg (What you see is what you get).

В общем, в английском языке намечается тенденция к увеличению композиционных семантических структур. Рост многокомпонентных, расчлененных единиц, отвечает тенденции к рационализации и экономии, т. к. новые многокомпонентные единицы являются результатом стяжения словосочетаний, единиц, характеризующихся большей степенью расчлененности. В структурном отношении современные морфологические неологизмы повторяют некоторые модели, издавна продуктивные в английском языке. Однако происходит накопление новообразований на базе более новых моделей таких, как слияние, усечение.