

Снисар Анастасия Юрьевна

СПЕЦИФИКА АКТУАЛИЗАЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИХ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ НАГРУЗКИ

Необходимость исследования стилистических и функциональных особенностей неологизмов определяется тем, что такая лексика является, как правило, стилистически мотивированной. Прагматические основы создания неологизмов обуславливают их функциональные и стилистические особенности, которые влияют на специфику их реализации в масс-медийных текстах современного американского варианта английского языка, где неологизмы возникают очень стремительно.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/11-3/42.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 11(77): в 3-х ч. Ч. 3. С. 156-159. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/11-3/

© 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: phil@gramota.net

20. Monroy S. M. *Lexicón de fraseología del español de Colombia*. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo, 1996. 224 p.
21. **Refranes Colombianos – Refranes de Colombia** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.todacolombia.com/informacion-de-colombia/refranes-colombianos.html> (дата обращения: 10.05.2017).
22. **Un buen día comienza con un saludo, un beso, y estas 30 increíbles citas sobre el café** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.upsocl.com/mujer/un-buen-dia-comienza-con-un-saludo-un-beso-y-estas-30-increibles-citas-sobre-el-cafe/> (дата обращения: 10.05.2017).

THE CONCEPT “TIME” IN THE COLOMBIAN CULTURE

Sinitsyna Anna Mikhailovna

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow

anna.m.sinitsyna@gmail.com

The article examines the significance of the concept “time” in the Colombian culture by the example of lexemes, communicative clichés, and proverbs and sayings with temporal meaning in the Colombian national variant of the Spanish language. The concept “time” in relation to this culture is investigated through a survey of native speakers, the study of scientific literature, data of dictionaries and linguistic Internet resources. Particular attention is paid to similar and distinctive features of perception of time and its significance for the national concept sphere of Colombia and other Spanish-speaking countries. The conclusion is made that such characteristics should be taken into account in cross-cultural communication.

Key words and phrases: concept; perception of time; Colombian national variant of the Spanish language; proverb; communicative cliché.

УДК 811.112.2'373.2=811.133

Необходимость исследования стилистических и функциональных особенностей неологизмов определяется тем, что такая лексика является, как правило, стилистически мотивированной. Прагматические основы создания неологизмов обуславливают их функциональные и стилистические особенности, которые влияют на специфику их реализации в масс-медийных текстах современного американского варианта английского языка, где неологизмы возникают очень стремительно.

Ключевые слова и фразы: неологизмы; неология; американский вариант современного английского языка; функциональные особенности неологизмов; стилистические особенности неологизмов.

Списар Анастасия Юрьевна

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

borel@mail.ru

СПЕЦИФИКА АКТУАЛИЗАЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИХ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ НАГРУЗКИ

Исследователи сходятся во мнении, что появление неологизмов в языке – это не спонтанный и не хаотичный процесс. Появление нового слова обусловлено определенными потребностями, как правило, прагматического характера. В случае, когда отправитель сообщения не может из имеющего лексического пласта выбрать единицу, которая отвечала бы его интенциям по всем параметрам (стилистическим, функциональным, коннотативным и пр.), он либо создает новую, либо видоизменяет уже имеющуюся [1, с. 20]. Такое новообразование со временем может закрепиться в языке, получить лексикографическую фиксацию и статус неологизма.

Американский вариант английского языка, являясь одним из самых динамично развивающихся языков, непрерывно пополняется неологизмами, которые функционируют в самых разнообразных сферах [5, с. 59]. Масс-медийное пространство, актуализирующееся в сфере Интернет, является благоприятной средой для возникновения новых слов. Авторы новостных сообщений и реципиенты, которые имеют возможность комментировать статьи на интернет-форумах и в формах комментариев, размещенных непосредственно на интернет-страницах новостных источников, имеют неограниченные возможности словотворчества для того, чтобы в полной мере отразить свое или коллективное отношение к тому или иному описываемому событию [2, с. 3]. Очевидно, что при таких условиях большинство неологизмов являются стилистически маркированными и имеют свои функциональные особенности, которые определяются прагматической интенцией самого неологизма.

В глобальном смысле все новообразования можно поделить на номинативные и стилистические в зависимости от цели их образования [3, с. 90]. Номинативные языковые новообразования выполняют номинативную функцию, иначе говоря, они представляют собой названия новых понятий или явлений, которые возникают вследствие развития технического прогресса и, как следствие, социума. Необходимо подчеркнуть, что основную массу группы номинативных языковых новообразований составляет изначально большей частью узкоспециальная лексика, которая, как правило, не имеет синонимов и с течением времени становится общепотребительной [7, с. 89]. Среди примеров можно назвать:

- *AdWords* – “advertising” и “words” – контекстная поисковая реклама [15];

- *audiotyper* – потенциометр регулировки громкости для компенсации нелинейности слуха человека [17];
- *port* – порт, многоуровневый вход или выход устройства [11];
- *download* – загружать информацию из сети на свой компьютер [14].

Говоря о стилистических неологизмах, важно отметить, что этот тип лексических новообразований производится от уже существующих в языке понятий и имеет синонимические ряды [6, с. 56]. В этом состоит их основное отличие от номинативных. Этот тип лексических новообразований характеризуется стилистической образностью на ранних этапах своего существования, которая со временем утрачивается, поскольку стилистические неологизмы, как и номинативные, постепенно переходят в класс общеупотребительной лексики. При рассмотрении лексических новообразований с точки зрения способа их возникновения в языке их можно разграничить на лексические и семантические. Семантические неологизмы образуются путем приращения у ранее известной словоформы нового лексического значения. В результате такого процесса образуется полисемантическая и происходит расширение сфер употребления лексической единицы [8, с. 45]. Лексические новообразования возникают путем заимствований из иностранных языков или образуются по определенным моделям. К примеру, лексическое новообразование может возникнуть посредством использования словообразовательной модели при помощи приставок или суффиксов, по принципу словосложения.

Среди неологизмов масс-медийного американского пространства можно выделить две большие группы положительно и отрицательно заряженных лексических единиц [3, с. 89]. Первая группа новообразований касается людей и явлений, непосредственно относящихся к среде Интернета и всему, что с ним связано. К положительно заряженным можно отнести такие словосочетания, как:

- *breath of life packet* – пакет данных, отправленный по сети компьютеру, в котором произошёл серьёзный системный сбой [16];
- *buddy list* – служба, задача которой состоит в том, чтобы оповещать друзей или родственников, что пользователь вошёл в Интернет [Ibidem];
- *electronic library* – веб-сайт, где представлены бесплатные копии некоторых книг [12].

Примерами слов, имеющих отрицательный смысл, могут послужить следующие:

- *email harassment* – назойливое отправление оскорбительных или непристойных сообщений по электронной почте [13];
- *identity theft* – хищение персональной (конфиденциальной) информации [16];
- *mortuary site* – давно не обновлявшийся сайт [11].

Ко второй группе слов также относятся лексические единицы с отрицательной коннотацией, описывающие события, явления, людей реального мира, которых увлеченные люди считают «вторым сортом» по отношению к «первому сорту» электронного мира. Можно привести следующие примеры:

- *dead tree version / dead tree* – обозначение бумажной версии онлайн-документа [12];
- *stand-alone* – компьютер, который не подключен к сети [15];
- *Internot* – человек, негативно относящийся к Интернету [17].

Стилистические особенности неологизмов современного американского варианта английского языка также связаны с тем, что зачастую в основу неологизма ложится метафора [4, с. 120]. Как показал анализ, метафоризация американского новостного масс-медийного пространства основана на бытийных концептах, которые относятся к базовым жизненным понятиям среднестатистического языкового носителя: *человек*: *face (time)* (ФейсТайм), *(old) hand* (приверженец старых традиций), *(net) head* (продвинутый юзер), *eyeballs* (аудитория как источник потенциального дохода), *iFinger* (палец, которым нажимаешь на сенсорный экран); *еда*: *ham* (разрешенные почтовые сообщения), *spam* (спам), *lasagna (syndrome)* (ситуация, когда при работе с той или иной компьютерной программой на экране появляется диалоговое окно с ошибкой, которое невозможно закрыть, и оно не дает закончить работу программы), *salami (attack)* (вид компьютерного мошенничества в банковской сфере), *spaghetti (code)* (код с чрезмерно запутанным порядком выполнения); *дом/жилище*: *doorstop* (дверной доводчик), *(chat) room* (тематический чат), *alarm* (система оповещения), *backdoor* (путь обхода защиты системы), *burglar filter* (система отслеживания взломов). Помимо этого используются концепты из других сфер, близких каждому человеку: *медицина*: *antidote* (антидот), *virus* (вирус), *(upgrade) fever* (нестерпимое желание к апгрейду), *hygiene* (чистка), *clone* (клон); *транспорт*: *crash* (авария), *highway* (загруженная автодорога), *traffic* (автомобильное движение); *животный и растительный мир*: *weasel* (проньера), *tortoise (site)* (тормоз; медленный, как черепаха), *black widow* (черная вдова), *dead tree* (печатное издание (в отличие от электронного)).

На основании исследованного материала было установлено, что метафоры-неологизмы в той или иной мере пронизывают все семантические сферы американского масс-медийного новостного пространства. Однако антропоцентрическая природа метафоры в целом в сочетании с магистральной функцией языковых новообразований – обозначать все новое, что происходит в жизни общества в целом и человека в отдельности, – являются предпосылкой того, что в американском варианте английского языка подавляющее большинство языковых новообразований связано с метафорической номинацией концепта «Человек и общество».

Далее проиллюстрируем примерами элементы, проецируемые из структуры «источника» в структуру «щели»:

laying (закладка в книге)
librarian (библиотекарь)
pages (страницы)

bookmark (закладка на веб-странице)
cybrarian (интернет-библиотекарь)
webpages/websites (веб-страницы/вебсайты)

Слова американского масс-медийного пространства в подавляющем количестве случаев представляют собой лексические единицы общеупотребительного языка, которые в свою очередь претерпели словообразовательные трансформации. Приведем некоторые примеры:

- *froggy* – замысловатая (сложная) компьютерная программа [17];
- *hedgehog* – новичок, неопытный пользователь [16];
- *mailer* – почтовый сервер для рассылки электронных писем [Ibidem].

В качестве примера авторского новообразования (coinage) можно привести лексическую единицу *cyber-space* (виртуальное пространство). Этот термин был придуман американским писателем-фантастом Уильямом Гибсоном, который впервые использовал его в своей повести, написанной в жанре научной фантастики, «Нейромант», где описываются компьютерный мир и общество, живущее в этом мире.

Помимо общеупотребительных слов в масс-медийном новостном пространстве широко используются слова из узкоспециальных подсистем, как, например, медицинская тематика:

- *clone* – нелегальная (пиратская) копия программного обеспечения компьютера [15];
- *hygiene* – комплекс мероприятий, который проводится во избежание заражения компьютерным вирусом [13];
- *virus* – вирус [15].

Военная сфера:

- *explode* – «полететь» (о компьютере, системе) [Ibidem];
- *(letter) bomb* – почтовое сообщение, которое содержит приложение с компьютерным вирусом [13];
- *password* – пароль [15].

Социальная подсистема:

- *dweeb* – пользователь сети, неправильно использующий возможности Интернета (например, некорректно пользующийся поисковой системой) [Ibidem];
- *geek* – эксперт в компьютерной сфере [17];
- *glitch* – системная ошибка в аппаратном обеспечении [Ibidem];
- *nerd* – компьютерный профессионал [16];
- *zap* – удалить [15].

В сложных словах, устойчивых словосочетаниях, которые образованы путем сращения, словосложения или слияния частей основ, метафоризации, как правило, подвергается только одна основа сложного слова [10, с. 10]. При этом новое семантическое значение формируется у лексической единицы и словосочетания в целом. Приведем следующие примеры:

- *species barrier* (в буквальном переводе означает «барьер от биологических видов») – иммунная защита организма [13];
- *mailbomb* – очень большое количество электронных сообщений, которые отправлены на один и тот же почтовый адрес, в результате чего компьютер, на который эти сообщения пришли, не в состоянии обработать полученные данные и выходит из строя (букв.: почтовая бомба) [15];
- *spyware* (в буквальном переводе означает *spy* ‘шпион(-ить)’ + *ware* – слово со значением ‘компьютерная программа’) – программа, предназначенная для отслеживания действий пользователя, она «видит» вводимую информацию, перехватывает почту и копирует пароли [11];
- *stock parking* (в буквальном переводе «ценные бумаги + парковка») – пакет акций, который передается третьим лицам с целью скрыть истинное имя владельца [12].

Также в американском медийном пространстве были зафиксированы примеры, когда в словосочетаниях и в сложных словах метафорическому переосмыслению подвергаются оба слова словосочетания или оба корня. К примеру, словосочетание *sleeping policeman*, которое по своему семантическому значению означает ‘специально созданное искусственное препятствие на дороге для предотвращения набора большой скорости движущихся автомобилей’, формирует свое новое значение при помощи переосмысления субстантива *policeman* и атрибутива *sleeping*. Такого рода метафор в системе устойчивых словосочетаний и сложных слов гораздо меньше, чем частично переосмысленных.

Что касается глагольной метафоры, то она в меньшей степени представлена сложными словами и устойчивыми словосочетаниями. Довольно разнообразной и разносторонней является и эмоционально-экспрессивная окраска языковых новообразований. Узкоспециальные сферы пополняются стилистически нейтральными метафорами, например, *church planting* – основание общины при церкви (в буквальном переводе означает «посадка церкви»). Для публицистического стиля характерно обилие эмоционально-экспрессивных лексических единиц, например:

- *traffic evaporation* – уменьшение плотности движения в городах с населением более миллиона человек [15];
- *show pony* – человек с яркой, привлекательной внешностью, которому нравится находиться в центре внимания [13];
- *low-hanging fruit* – легкая задача [14].

Словарь американского масс-медийного пространства основывается на общеупотребительной лексике, которая изменяется согласно существующим в американском варианте английского языка словообразовательным моделям. Зачастую языковые новообразования в сфере новостного масс-медийного пространства появляются в результате приема игры слов, что типично при формировании жаргонной лексики. Особый ряд лексических единиц формируется на основе неформальной лексики, к которой иногда прибегают репортеры

и журналисты для создания определенного стилистического эффекта. Неформальные лексические единицы создают богатые языковые возможности для всякого рода переосмыслений, создания иронического и юмористического эффектов на основе полисемии, омонимии и пр. Значительное количество лексических единиц, которые прошли стадию переосмысления и транслируют новое значение, представляют собой метафоры. Важно отметить, что метафорическое переосмысление является одним из распространенных механизмов создания языковых новообразований в пространстве масс-медиа. Метафора в языке американских масс-медиа носит чрезвычайно яркий характер, отличается новизной образа и свежестью, которые с течением времени стираются, метафоры становятся «избитыми» и переходят в разряд нейтральных лексических единиц.

Следующая стилистическая особенность неологизмов заключается в том, что некоторые единицы возникают на основе аллюзии. Наиболее частотными источниками аллюзии по тематическому признаку являются антропонимы, или имена собственные. Можно привести следующие примеры:

- *Ken* – пользователь сети, который провоцирует различные скандалы [16];
- *Morris worm* – компьютерный вирус, который назван именем Роберта Морриса (создатель вируса) [15];
- *Richard Petty syndrome* – большое количество рекламных сообщений на сайте [Ibidem].

Аллюзии часто отсылают к мифологическим личностям. Приведем примеры:

– *Tanatos* – компьютерный вирус (интернет-червь) [16]. В самом названии содержится аллюзия на *Thanatos* – греческого бога смерти;

– *Janus* – компьютерный протокол, который называется Янус, он применяется в почтовой программе *T-Mail* и используется для одновременной передачи и приёма электронной почты (название протокола содержит аллюзию на Януса – римского бога выходов и входов) [17];

– *Pegasus Mail* – компьютерная программа, которая позволяет обмениваться электронными сообщениями [Ibidem]. Словосочетание представляет собой аллюзию на Пегаса, крылатого коня, который является символом надежности, скорости и вдохновения.

Часто можно встретить аллюзии на значимые исторические события и факты:

– *Mongolian hordes technique* – обстоятельства, при которых компания нанимает большое количество неопытных программистов для реализации какого-либо проекта, который мог бы быть быстрее и лучше выполнен меньшим количеством опытных специалистов [14].

Встречаются реминисценции на идиоматические выражения и пословицы:

– *pain in the Net* – назойливый пользователь [Ibidem] (прослеживается аллюзия на фразеологическое словосочетание *pain in the neck*).

Было отмечено, что аллюзия часто используется при создании сетевых имен (никнов). Наиболее часто встречаются аллюзии на имена актеров и певцов, несколько реже – на писателей и их произведения, мифологических персонажей и пр.

Таким образом, можно сделать вывод, что стилистические неологизмы масс-медийного американского пространства выполняют две основных функции, а именно: раскрытие какой-либо дополнительной черты явления, предмета, человека, а также выявление отношения автора к фактам объективной действительности. Подводя итоги анализа степени неологизации современного американского варианта английского языка, можно утверждать, что он, как язык международного общения, наиболее склонен к образованию новых словоформ по уже имеющимся моделям. Зачастую новые слова возникают изначально именно в англоязычном интернет-дискурсе, распространяясь и интегрируясь в дальнейшем и в другие языки. Можно выделить два основных фактора, влияющих на рост числа неологизмов в интернет-дискурсе:

1) появление новых предметов, явлений, факторов и событий, определяющих развитие той или иной сферы человеческой жизни и деятельности;

2) развитие электронной коммуникации как постоянного источника неологизмов (преимущественно разговорного и оценочного характера).

Проанализированный объем примеров, которые были отобраны из текстов, размещенных в американских масс-медиа, позволяет говорить о высокой степени неологизации современного американского варианта английского языка.

Список источников

1. Будагов Р. А. Что такое развитие и совершенствование языка. М.: Наука, 1977. 264 с.
2. Волошин Ю. К. Новообразования и собственно неологизмы современного английского языка: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 1971. 16 с.
3. Гуральник Т. А. Американские реалии-неологизмы и проблемы перевода // Тезисы доклада. Сборник материалов семинара. Пенза, 1999. С. 89-93.
4. Заботкина В. И. К вопросу о принципах типологии неологизмов в современном английском языке // Деривация в норме и терминосистемах. Владивосток, 1990. С. 120-128.
5. Князев Н. А. Об исследовании процессов неологизации в английском языке с позиций современной научной парадигмы // Когнитивно-семантические исследования предложения и текста. Пятигорск: ПГЛУ, 2014. С. 59-60.
6. Котелова Н. З. Процессы неологизации в русском языке последних десятилетий // Linguistische Arbeitsberichte. Leipzig, 1987. Вып. 63. С. 55-59.
7. Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. М.: Высшая школа, 1986. 215 с.
8. Лопатин В. В. Рождение слова: неологизмы и окказиональные образования. М.: Наука, 1973. 150 с.
9. Мистюк Т. Л. Тенденции семантической эволюции современного русского языка (на базе неологической метафоризации общеупотребительной лексики в газетной публицистике 1992-1997 годов): дисс. ... к. филол. н. Новосибирск, 1998. 185 с.

10. Хахам Л. А. Основные типы новообразований в современном английском языке и способы их перевода на русский язык: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 1970. 24 с.
11. ABC News [Электронный ресурс]. URL: <http://abcnews.go.com/> (дата обращения: 15.06.2017).
12. Daily News [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nydailynews.com/> (дата обращения: 15.06.2017).
13. New York Post [Электронный ресурс]. URL: <http://nypost.com/> (дата обращения: 15.06.2017).
14. New York Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/> (дата обращения: 15.06.2017).
15. Newsday [Электронный ресурс]. URL: <http://www.newsday.com/> (дата обращения: 15.06.2017).
16. USA Today [Электронный ресурс]. URL: <https://www.usatoday.com/> (дата обращения: 15.06.2017).
17. WSJ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wsj.com/europe> (дата обращения: 15.06.2017).

SPECIFICITY OF NEOLOGISM ACTUALIZATION FROM THE VIEWPOINT OF THEIR FUNCTIONAL LOAD

Snisar Anastasiya Yur'evna
National Research Tomsk Polytechnic University
borel@mail.ru

The necessity to study stylistic and functional peculiarities of neologisms is determined by the fact that such vocabulary is usually stylistically motivated. Pragmatic foundations of neologism formation condition their functional and stylistic peculiarities which influence the specificity of their realization in mass-media texts of the modern American English where neologisms appear rapidly.

Key words and phrases: neologisms; neology; modern American English; functional peculiarities of neologisms; stylistic peculiarities of neologisms.

УДК 811.161.1'42

В статье на материале анализа наречий «по-женски» и «по-мужски», функционирующих в текстах СМИ, рассматривается набор гендерных стереотипов, которые закреплены в современном массовом сознании. Показано, что стереотипные представления могут опираться как на объективные биологические свойства (мужская сила, женская слабость, высокий/низкий голос и т.д.), так и на качества, которые приписываются мужчинам и женщинам символической культурой общества. СМИ, помимо отражения существующих стереотипных установок, влияют на создание новых гендерных стереотипов.

Ключевые слова и фразы: тексты СМИ; гендерные стереотипы; наречия «по-мужски» и «по-женски»; гендерная асимметрия; антимужественность; антиженственность.

Сюй Шаньшань

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург
452055098@qq.com

ТРАНСЛЯЦИЯ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА НАРЕЧИЙ ПО-ЖЕНСКИ И ПО-МУЖСКИ)

Устойчивое представление человека о мире, формирующееся под влиянием культурного окружения, «выведенное из стандартизированных суждений и ожиданий, мнение о свойствах людей и явлений» [10, с. 188] принято называть стереотипами. Стереотипы, аккумулируя некий коллективный опыт, с психологической точки зрения являются «не чем иным, как схемами» [27, с. 25] с «высокой степенью устойчивости» [2, с. 66], содержание которых передается как невербально, так и «при помощи языка» [1, с. 140]. В массовом сознании, наряду с другими типами, присутствуют гендерные стереотипы – «стандартизированные представления о моделях поведения и чертах характера, соответствующие понятиям “мужское” и “женское”» [8, с. 19].

Коллективные представления о женственности и мужественности отражаются в устных и письменных текстах различных жанров [3; 5; 6; 9; 13; 14; 18; 20-24]. Средства массовой информации, представляя собой инструмент управления массовым сознанием, также отражают стереотипное представление о русских мужчинах и женщинах [11; 15].

Стереотипы о сущности мужского и женского складывались веками. Так, в частности, согласно типизированным представлениям, сложившимся еще в XII веке, ум представляет собой мужское начало, а душа – женское, при этом ум является царем души. Душа неразумна и неспособна к самоконтролю и потому нуждается в руководстве. Неразумность женской природы объяснялась близостью женщин к природе, их склонностью к нарушению социальных норм. Поэтому делался вывод: «...мужское начало – начало властвования. А женское – подчинения» [17, с. 17].

Цель настоящего исследования – с опорой на материал текстов СМИ выявить набор гендерных стереотипов, которые функционируют в современном массовом сознании. Одним из диагностирующих языковых