Лапченко Е.П.

**Экспрессивность как одна из характеристик неологизмов в английском языке
(На примере неологизмов в социальных сетях)**

*Братский Государственный Университет
(Россия, Братск)*

doi: 10.18411/lj-04-2019-91

idsp: ljournal-04-2019-91

Аннотация

Целью данной статьи является рассмотрение влияния интенсификации опосредованного общения в социальных сетях на лексический состав слов английского языка. Особенное внимание уделено вопросам образования неологизмов, их основных словообразовательных моделей и значению, подчёркиваются такие их функции и характеристики как новизна, экспрессивность и семантическая емкость.

Ключевые слова: web-коммуникация, социальные сети, Интернет, неологизмы, семантическое значение, эмотивность.

Abstract

The purpose of this article is to consider the impact of intensification of indirect communication in social networks on the lexical composition of the words of the English language. Special attention is paid to the formation of neologisms, their basic word-formation models and significance, their functions and characteristics such as novelty, expressiveness and semantic capacity are emphasized.

Keywords: web-communication, social networks, Internet, neologisms, semantic meaning, emotiveness.

Современный мир отличается высоким уровнем развития информационных технологий – вычислительной техники, Интернета, мобильной коммуникации, повсеместной распространенностью устройств дистанционного общения, связи, записи, хранения и передачи информации. [3, с. 126] Несомненно, что эти технологии оказывают существенное влияние на развитие языка и его лексической системы в целом. Находясь в состоянии постоянного изменения, язык отражает потребности говорящих, которые сами изменяют лингвистическую систему для того чтобы сохранить ее полезной и актуальной для своего времени и его реалий. С одной стороны создаются новые слова, в то время как выходят из употребления старые, которые больше не нужны. Новые формы онлайн общения оказали значительное влияние на речь пользователей глобальной сети, что может объясняться активным использованием социальных сетей и интенсификацией опосредованного общения. Появление в языке новых обозначений слов - обязательный спутник нового в области культуры общества, будь то материальное производство, духовная жизнь, мода или взаимоотношения людей, социальных групп или государств. [5, с. 73].

Современный английский язык – это живая, динамическая система, для которой свойственно постоянное появление новых слов. Проблемы, связанные с появлением и употреблением новообразований всегда интересовали лингвистов. По мнению многих лингвистов, интеграция интернет-неологизмов в повседневную речь, а, следовательно, и в язык является неизбежной. Дэвид Кристал (David Crystal) относит изменения в употреблении и форме языка к новому лингвистическому образованию под названием «сетевое общение». По мнению профессора Кристала, новые фразы и выражения «растут» среди отдельных групп пользователей Сети, как грибы после дождя. Он убежден, что Интернет является «изумительной средой» для порождения новых языковых форм. Язык сам по себе меняется медленно, утверждает Д. Кристалл, однако Интернет в значительной степени ускоряет этот процесс» [6, с. 34–35]

Неологизмы являются неотъемлемой частью лексики современного английского языка и придают ему динамичность, подвижность.

Английский язык привлекателен своей гибкостью и изобретательностью, так как позволяет легко создавать идиомы и неологизмы, отражающие всевозможные нюансы жизни. [2, с. 39]. И. В. Арнольд к неологизмам относит любое новое слово или устойчивое выражение, созданное в соответствии с продуктивными языковыми моделями данного языка, слово с измененным значением уже существующих лексем и, наконец, слово, заимствованное из другого языка и воспринимаемое носителями данного языка как нечто новое [1, с. 232].

Анализ неологизмов, появившихся в результате web-коммуникации, показывает, что большая их часть создаётся при помощи имеющихся в английском языке способов словообразования – словосложения, слияния, сокращения и прочих. Наиболее распространенный способ образования неологизмов на базе уже существующих в языке слов – словосложение, т.е. простое соположение основ. [4, с. 140] Приведем несколько примеров: flash mob (заранее спланированная массовая акция); twittercentric (зацикленность на общении в Твиттере); crowdfunding (коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций); phone-yawn (ситуация, случающаяся после доставания мобильного вслед за кем-то как по цепной реакции.); password fatigue (раздражение, связанное с необходимостью запоминать слишком много компьютерных паролей); cyberslacking (трата рабочего времени на интернет); tweet tooth (пристрастие к отправлению сообщений в Твиттере); tweet cred (уровень уважения, которым вы пользуетесь в микро-блогосфере благодаря своим остроумным, крутым или гениальным твитам.); Internet fairy(человек, который ищет в Интернете вещи, которые ему нравятся, комментирует их в позитивном ключе и хвалит людей за публикацию вещей).

Второй по частотности синтаксический способ образования новых слов – слияние, при котором одно из слов или оба сразу сокращаются. [4, с. 140] Многие слова, образованные с помощью слияния, прочно вошли в словарный состав английского языка. Количество слов, полученных с помощью данного способа, с каждым годом увеличивается, доказывая, что слияние все больше набирает силу как самостоятельный продуктивный словообразовательный тип. Слова-слитки – это сильные экспрессивные единицы, созданные при участии языковой игры, передающие, как правило, шутливое и ироничное отношение к номинируемому объекту [2, с. 40]. Образование новых слов и понятий с использованием данной словообразовательной модели стал невероятно популярным среди пользователей социальных сетей и блогов и представляет достаточно экспрессивный паттерн. Примерами могут служить такие неологизмы как bedgasm (удовольствие, которое человек испытывает, добравшись до дивана или постели после тяжелого дня), chairdrobe (случай, когда стул становится и вешалкой, и шкафом); appoholic (человек, одержимый скачиванием огромного количества приложений для смартфона); bridezilla (невеста, которая во время подготовки к свадьбе становится чересчур придирчивой и раздражительной); cellfish (человек, который продолжает говорить по мобильнику, не обращая внимания на то, что это раздражает всех остальных.); phablet (фаблет, телефон с большим сенсорным экраном, настолько большим, что можно принять такое устройство за планшет); infotainment (информационно-развлекательные онлайн сервисы); intexticated (отвлекающийся на смс переписку во время вождения); textrovert (человек, который предпочитает переписку любой другой форме общения); netizen (человек, живущий в Интернете); screenager (подросток, зависающий подолгу перед монитором компьютера); cyberchondriac (киберхондрик, тот, кто воображает, будто болен какой-либо болезнью после прочтения о ее симптомах в интернете. Анализ на непосредственные составляющие может быть полезен, поскольку он позволяет определить значение получившегося слова. Значение первой основы представлено основой лексемы, конечная часть которой может отсутствовать, а у второй основы отсутствует начальная часть. Вторая составляющая при использовании в серии подобных слияний может превратиться в суффикс.

Аффиксальный способ образования неологизмов, являющийся наиболее традиционным для английского языка, тем не менее, уступает по частотности образования неологизмов двум вышеописанным способам. Среди префиксов наиболее используемых с целью придания эмоциональной окраски в последнее время огромную популярность получили уменьшительные суффиксы -у и -ie, последний имеет оттенок иронии, например knowbie (опытный пользователь сети Интернет); newbie (новичок, неопытный пользователь). Ряд неологизмов образованными с помощью данной модели связаны с неологизмом selfie, ставшим необычайно популярным и используемым не только в речи англоговорящих. Данное увлечение пользователей соцсетей способствовало появлению таких неологизмов как legsie (фото своих загорелых ног), usie (фотография группы людей на мобильный телефон), helfie (фото собственной прически), felfie (фальшивое селфи), drelfie (селфи подшофе (то есть «пьяное селфи»), welfie (снимок собственного подтянутого тела в тренажерном зале.)

Действующим и весьма продуктивным способом словообразования в данный период развития английского языка является сокращение. [4, с. 141] Основной целью аббревиация является передача большого количества информации (смыслового содержания) при минимальном использовании материальной оболочки языка (звуковой оболочки и графической формы), то есть в повышении эффективности коммуникации. В группе проанализированных сокращений можно обнаружить достаточно эмоциональных акронимы, созданных интернет-пользователями. Многие хорошо известны и используются повсеместно при онлайн общении, например, LOL (laughing out loud - смеюсь во весь голос), JK (just kidding- шучу), OMG (Oh my gosh! - Надо же! О Боже!) и ХОХО (hugs and kisses - целую-обнимаю). Между тем образуются и новые акронимы, выражающие отношение к собеседнику. Так недовольство и желание прервать общение с собеседником можно выразить, сказав KTHXBAI (OK, thanx, bye – все, пока) или же, наоборот, можно использовать для выражения дружеского отношения акронимы LYLAV (Love you like a brother) или LYLAS (Love you like a sister). Среди недавно появившихся и включенных в словари также можно отметить такие неологизмы как FOMO (Fear Of Missing Out) – страх пропустить важное или интересное событие в соцсетях, LDR (Long Distance Relationship) – любовь на расстоянии, WOMBAT – waste of money, beauty and brains (пустышка, не стоящая затрат денег, ума и времени). Перевод многих аббревиатур представляет определенную сложность, так как они создаются определенными сообществами по договоренности, тем не менее, многие сокращения вошли в повседневную web-коммуникацию и стали самостоятельными словами, выражениями (lol, gofl и др), используемые за ее пределами.

Изучение неологизмов, появляющихся в результате общения в сети Интернет, может быть конструктивным способом изучения того, как развивается английский язык и неологизмы, с которыми мы, сталкиваемся, также могут помочь нам понять это.

В целом, можно сказать, что увеличение словарного запаса английского языка, как и любого другого языка, тесно связано с социальной жизнью людей. Каждое новое событие в нашей жизни находит свое зеркальное отражение в языке, и чем быстрее жизнь, тем быстрее развивается язык. Мы не должны бояться использовать новые слова. Это один из способов роста языка и способ расширения нашего личного словарного запаса. Превалирование эмоциональной составляющей в web-коммуникации накладывает свой отпечаток на новые лексические единицы, появляющиеся в речи пользователей. Эмоциональная составляющая в процессе общения, в отличие от логической, рациональной составляющей, имеет воплощение в языковых единицах и при переводе не поддается традиционному буквальному толкованию в иноязычной языковой системе.

В процессе изучения англоязычных аутентичных источников и анализа неологизмов, содержащихся в них, можно сделать вывод, что основная функция неологизмов в социальных сетях – экспрессивная, а перевод эмотивно окрашенной лексики ставит сложную задачу перед переводчиками. Многие новообразования можно отнести к разделу безэквивалентной лексики, что, как правило, вызывает наибольшую трудность при переводе с иностранного языка. Однако факт отсутствия в русском языке

отдельных слов, закреплённых за понятиями иностранного языка, подвергающегося переводу, не означает, что все эти специфические понятия нельзя передать в переводе, хотя бы путём описательного перевода и калькирования, что можно увидеть в представленных выше примерах.

Данные лексические единицы обладают емкостью значения при визуальной компактной форме, что позволяет придать высказыванию нужный контекст. Социальные сети, в свою очередь, являются популяризатором неологизмов, внедряя их через определенный контекст в речь пользователей. Данная взаимосвязь подтверждает предположение том, что социальные сети представляют собой уникальный источник пополнения лексического состава языка новым языковым материалом.

В заключении хотелось бы отметить, что исследованные неологизмы языка социальных сетей показывают, что он является динамично развивающейся системой, продуктивно использующей словообразовательные модели внутри языка и не прибегающей к заимствованиям из других языков.

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. М.: Высшая школа, 1973. 302 с.
2. Горшунов Ю.В., Сафиуллин Р.Э. Популярныe неологизмы английского языка в свете словообразования и языковой игры // IN SITU. Филологические науки. 2016. № 1-2. С. 38-40.
3. Зайнуллин Г. Г., Гилемшина А. Г. Влияние развития информационных технологий на лексические системы арабского, английского и русского языков. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. № 2(68): в 2-х ч. Ч. 2. С. 126-131.
4. Мкртчян Т.Ю. К вопросу о способах образования новейших неологизмов в английском языке. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. № 9(75): в 2-х ч. Ч. 1. С. 140-142
5. Несветайло Ю.А. Основные способы образования неологизмов в современном английском языке// Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2008. – №1 Ч.2 – С. 73-75.
6. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2011. 58 p.
7. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://nws.merriam-webster.com> (дата обращения: 05.04.2019).
8. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://urbandictionary.com/> (дата обращения: 30.03.2019).
9. Word Spy [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wordspy.com/> (дата обращения: 30.03.2019)

Литвиненко Е.Ю., Федорова Л.Ю., Ярославцева Е.Ф.

Значение цветообозначения для понимания иноязычной культуры

*Южно-Российский государственный политехнический
университет (НПИ) имени М.И. Платова
(Россия, Новочеркасск)*

doi: 10.18411/lj-04-2019-92

idsp: ljjournal-04-2019-92

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению значимости цветовых обозначений для понимания текстов и речи на иностранных языках. Подчеркивается значимость фоновых знаний для адекватного понимания иноязычных текстов. В качестве примеров приводятся атрибутивные словосочетания, включающие обозначения цвета на английском языке. Основной корпус примеров составляют словосочетания из общественно - политического дискурса.

Ключевые слова: цвет, текст, культура, фоновые знания, атрибутивное словосочетание.

Abstract

The article is devoted to the consideration of the significance of color marks for understanding texts and speech in foreign languages. The importance of background knowledge for adequate understanding of foreign language texts is emphasized. The authors give attributive