

**Специфика функционирования неологизмов  
в английских и русских публицистических текстах**

Татьяна Сергеевна Пименова,  
*Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия), старший  
преподаватель кафедры образовательных технологий и информационных  
систем в филологии, Институт филологии и межкультурной коммуникации  
им. Льва Толстого, город Казань  
E-mail: pimenova\_ts@mail.ru*

Гульназ Фоатовна Загидуллина,  
*Казанский (Приволжский) федеральный университет (Россия),  
студентка 2 курса Высшей школы русской и зарубежной филологии,  
Институт филологии и межкультурной коммуникации им. Льва Толстого,  
город Казань  
E-mail: Gulnaz\_1997\_1997@bk.ru*

**Some peculiarities of functioning of neologisms  
in English and Russian newspaper texts**

Tatiana S. Pimenova,  
Kazan (Volga Region) Federal University (Russia), senior lecturer, Department  
of Educational Technologies and ICT in Philology, Leo Tolstoy Institute of Philology  
and Intercultural Communication, Kazan  
E-mail: pimenova\_ts@mail.ru

Gulnaz F. Zagidullina,  
Kazan (Volga Region) Federal University (Russia), 2-nd year student, Higher  
School of Russian and Foreign Philology, Leo Tolstoy Institute of Philology and  
Intercultural Communication, Kazan  
E-mail: Gulnaz\_1997\_1997@bk.ru

**Аннотация**

Актуальность темы исследования определяется тем, что современная лингвистика уделяет большое внимание функционированию новых слов в

текстах разного рода на материале одного языка [3, 5, 7, 1, 6, 9, 8, 11, 2, 4], но остаётся неразработанным такой аспект изучения функционирования нового слова в тексте, как сопоставительный анализ употребления неологизмов в нескольких языках. Это положение определило цель и задачи данного исследования. Авторам удалось провести анализ функционирования неологизмов в СМИ на примере газетных текстов при сопоставлении двух языков – английского и русского – и выявить специфику их функционирования. Исследование имеет практическую значимость: материалы исследования могут быть использованы при переводе газетных текстов на сравниваемых языках.

*Ключевые слова:* неологизм, публицистический текст, типы неологизмов, сопоставительный анализ, функционирование неологизмов в тексте, частотность употребления неологизмов.

### **Abstract**

The relevance of the topic under study is determined by the fact that modern linguistics pays much attention to the functioning of new words in texts of different kinds in one language, but the problem of the functioning of neologisms while comparing several languages still remains undeveloped. The research was carried out with the aim in view to investigate the above mentioned problem. The authors managed to comparatively analyze neologisms' functioning in English and Russian newspaper texts and to identify the peculiarities of their functioning. The findings of the study can be used in translation practicing of newspaper texts in Russian and English languages.

*Keywords:* neologism, journalistic texts, types of neologisms, comparative analysis of neologisms' functioning in the text, use frequency of neologisms.

Обращение к газетному тексту и исследование особенностей функционирования неологизмов в нём диктуется стилистической спецификой текста. В газетном тексте новое слово имеет реальную возможность пройти стадию социализации. Газета является первым письменным фиксатором, регистрирующим появление лексических инноваций, которые имеют новую

тенденцию войти в литературный язык и в речь носителей языка [11]. Так, слова *консалтинг*, *истэблишмент*, *дедлайн*, *бэкграунд*, *адвертайзинг*, *менеджмент* и многие другие, появившись на газетных полосах, укореняются в современном русском языке.

Для анализа функционирования неологизмов отбирались газетные статьи разных жанров: сообщения, комментарии, репортажи, передовицы, очерки и т.д. на двух языках – английском и русском – из «The Guardian», «The Daily Express», «Российская газета» и «Независимая газета». Было выявлено, что новые лексические единицы присутствуют во всех разновидностях газетных статей. Мы выделили три типа неологизмов:

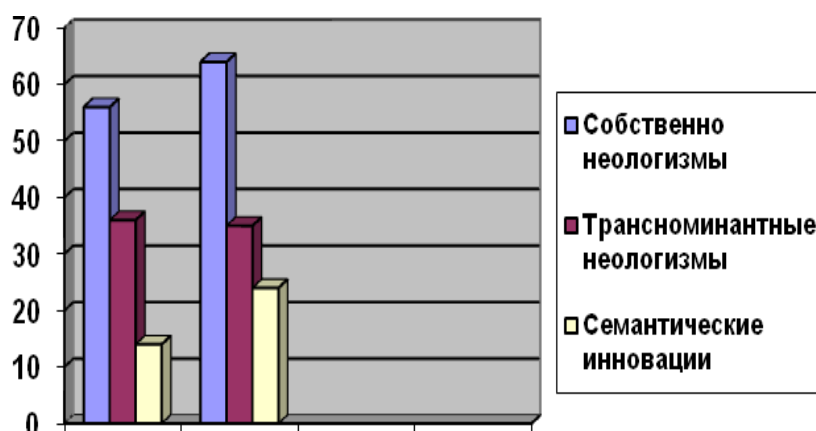
◆ собственно неологизмы (*audiotyping* – аудиопечатание, *био-компьютер* – компьютер, имитирующий нервную систему живых организмов),

◆ трансноминации (*ObamaCare* – обозначение реформы здравоохранения США, *пилинг* – очистка кожи с удалением ороговевших частиц с ее поверхности),

◆ семантические инновации (*bread* – деньги, *кукла* – свёрток с нарезанной бумагой, выдаваемой за деньги),

которые были идентифицированы по частотности их употребления (Диаграмма №1).

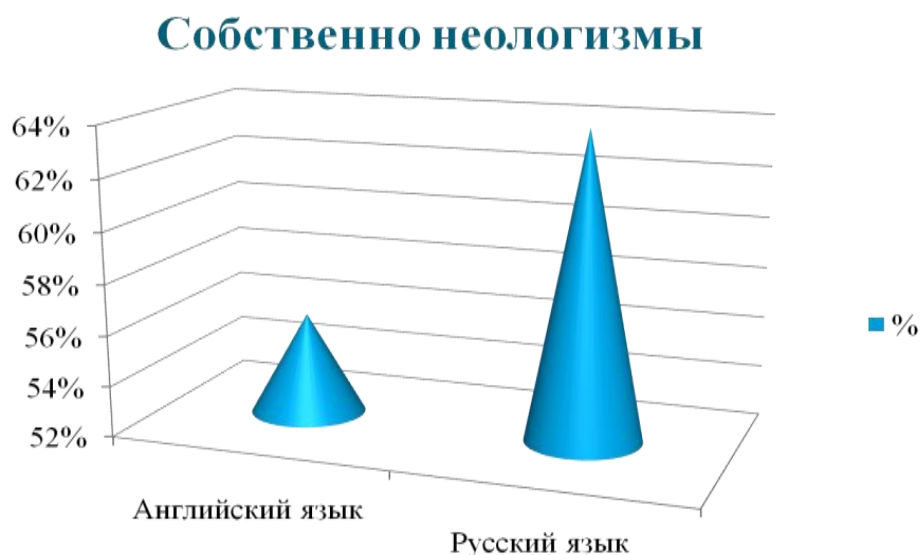
Диаграмма № 1. Частотность употребления неологизмов в газетных текстах



На диаграмме № 1 представлено количественное сравнение употребления всех трех типов неологизмов в отобранных нами английских (48) и русских (48) газетных текстах.

Анализируя газетные тексты, мы обнаружили, что самую обширную группу новообразований составляют собственно неологизмы, где новизна формы сочетается с новизной содержания. Как правило, это утвердившиеся новые лексические единицы, например, *thought-processor* – компьютер, логически выстраивающий и развивающий идеи. Сопоставляя трансоминатные неологизмы в английском и русском языках, зафиксированные в газетных текстах, необходимо отметить активное использование модели словосложения на основе игры слов, например, *sudser* – мыльная опера, *google-box* – телевизор. Как в английских, так и в русских газетных текстах, чаще семантические новообразования представляют собой простые существительные, например, *drag* – скука. На диаграмме № 2 представлены результаты сопоставительного анализа употребления неологизмов первого типа (собственно неологизмы) в английских и русских газетных текстах.

Диаграмма № 2. Сопоставительный анализ собственно неологизмов в английских и русских газетных текстах



Как видно из диаграммы № 2, в русских текстах количество неологизмов первого типа (собственно неологизмы) значительно превалирует над

английскими. Мы объясняем это как лингвистическими (например, невероятно большим количеством заимствований из английского языка), так и экстралингвистическими (появление новых экономических, политических и других реалий) факторами.

Хотя газета отличается существенным своеобразием условий языкового творчества: она создается в кратчайшие сроки, не дающие возможности довести до идеала обработку языкового материала, большая часть неологизмов, которые появляются на ее страницах, уверенно обосновываются в национальном корпусе обоих языков [10].

Проведенный анализ функционирования неологизмов в английских и русских публицистических текстах позволил исследователям прийти к выводу, что использование неологизмов, безусловно, помогает наладить определённый контакт между автором и читателем газетного текста на уровне средств массовой коммуникации. Практическая значимость исследования заключается в том, что материалы и результаты исследования могут быть использованы в практике перевода газетных текстов преподавателями вуза и школы, учащимися и всеми изучающими английский язык.

#### **Список литературы:**

1. Арутюнова, Н.Д. (1999). Язык и мир человека. - М.: Языки русской культуры. - 2-е изд., испр. - 896 с.
2. Ахманова, О.С. (2013). Словарь лингвистических терминов. - М.: Книжный дом «Либроком». - 576 с.
3. Волков, С.С. (1983). Неологизмы и внутренние стимулы языкового развития / С.С. Волков, Е.В. Сенько // Новые слова и словари новых слов. - Л.: Наука, 1983. - С.43-57.
4. Гальцева, А.А. (2014). Неологизмы XXI века // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - № S13. - С. 21-25.
5. Жлуктенко, Ю.А. (1983). Английские неологизмы / Ю.А. Жлуктенко, В.П. Березинский, И.И. Борисенко и др. - Киев. - 164 с.

6. Комарова, И.С. (2000). Русскоязычная пресса за рубежами России: (по материалам Первого Всемирного конгресса русской прессы. Москва, 1999 г.) // Русский язык за рубежом. - № 2. - С. 42-64.

7. Крупнов, В.Н. (1993). Язык современной прессы: Англо-русский словарь-справочник активной лексики. В 2 т. - М.: Высшая школа. - 460 с.

8. Кубрякова, Е.С. (2002). Неология: проблемы и перспективы. // Проблемы английской неологии: Материалы научной конференции. - М.: МГЛУ. - С. 5-11.

9. Курченкова, Е.А. (2000). Культурно-языковые характеристики текстов газетных объявлений (на материале русской и английской прессы): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. - Волгоград - 25 с.

10. Москалёва, Е.В. (2003). Прагматические особенности функционирования английских и русских неологизмов (На материале художественных и публицистических текстов): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. РГБ ОД, 61:04-10/269-0. - Москва. - 181 с.

11. Яковлева, И.Л. (2002). Роль средств массовой информации в распространении новых слов. // Проблемы английской неологии: Материалы научной конференции. - М.: МГЛУ. - С. 32-37.