

Особенности функционирования неологизмов в русскоязычном и англоязычном газетном тексте

неологизм, газетный текст, словообразовательная модель

Под неологизмом традиционно понимается слово, значение слова или словосочетание, недавно появившиеся в языке. Следовательно, понятие и терминологическое значение неологизма довольно относительно: неологизмом слово остается до тех пор, пока говорящие ощущают в нем новизну. Неологизмы впервые появляются в речи как авторские единицы, неразрывно связанные с контекстным употреблением, далее сам процесс «вхождения» слова в область неологической лексики зачастую связывается с экстралингвистическими факторами.

В современной русистике и англистике актуальным остается изучение различных аспектов неологии, в частности, семантики новообразований в наименованиях лиц и деятеля (Зайцева 2005 Мурзабулатова 2013, Прохорова 2005), адъективных неологизмов (Алексеева 2011), семантико-коммуникативных и прагматических особенностей современных новообразований (Заботкина 1991, Зырянова 2006, Касьянова 2009). Особую значимость в связи с распространением электронных жанров медийной коммуникации приобретают исследования, выполненные на материале языка прессы (Курасова 2006).

Исследование неологизмов в различных языках в современной лингвистике характеризуется переходом от чисто описательного изучения новообразований к систематизации наиболее продуктивных способов, характерных для того или иного языка с учетом его строя, а также к установлению тенденций и закономерностей образования новых слов. В русле подобных исследований выполнена и настоящая работа, основной целью которой является изучение наиболее продуктивных способов создания неологизмов в русском и английском языках с учетом их типологических особенностей и развития на современном этапе.

Когнитивно-коммуникативные потребности общества с одной стороны, и особенности внутреннего устройства языка, с другой, оказывают значительное влияние на процесс развития языка и обновление, пополнение его новыми единицами. В связи с этим современное изучение вопросов неологии связано с созданием когнитивно-дискурсивной теории нового слова. Принцип динамического синхронизма способствует тому, что новые слова адаптируются к потребностям социума, а принцип динамической устойчивости обеспечивает стабильность неологизмов для многих поколений (Касьянова 2009: 4). В вопросах неологии в последнее время возросла активность прагматически релевантных факторов, что связано с антропоцентризмом в целом. В лексике это проявляется в образовании новых слов со значением «человек играющий» и «человек действующий».

Проанализировав 500 неологизмов, использованных в газетном тексте, (240 в английском языке и 260 в русском), мы выявили продуктивность

отдельных способов создания неологизмов на современном этапе развития сопоставляемых языков. Для обоих языков характерно образование новых слов суффиксальным способом (38% в русском языке и 47% в английском языке) и при помощи словосложения (44% в русском и 34% в английском). Из числа других способов словообразования, следует отметить заимствования, характерные для русского языка (11%), а также телескопные образования (9%) и производные, образованные при помощи квазисуффиксов (10%) в английском языке.

В работе использовались следующие критерии отбора лексических неологизмов:

1. Учет временного промежутка. Общеязыковые неологизмы, появившиеся в языке для обозначения новых предметов и понятий, являются наиболее четко отделяемой и ярко выраженной разновидностью неологической лексики. При отборе таких неологизмов важен анализ экстралингвистических факторов (когда то или иное понятие могло появиться в языке, на какой ступени развития находится общество в области освоения космоса, развития техники, культуры и так далее).

2. Учет словообразовательной модели. Среди окказионализмов, или авторских неологизмов, мы выделили лексические неологизмы и семантические. Лексические неологизмы образуются по непродуктивным моделям, поэтому их достаточно просто распознать в тексте, так как они несут определенный стилистический оттенок новизны, а потому и воспринимаются человеком как новые.

3. Графическая составляющая как основа зрительного восприятия неологизма. Для определения графических неологизмов, выделенных нами как разновидность лексических новообразований, основным критерием является новизна на уровне зрительного восприятия, так как их отличает лишь новая форма написания (*отОЗвали*).

Проанализированный материал свидетельствует о том, что в русском языке образование неологизмов происходит преимущественно по имеющимся в языке словообразовательным моделям и при помощи традиционных суффиксов (*яблочник, пиарщик, наличка, путинизм*). Например:

«В чем особенность «путинизмов»? □ ...□ Хотя многие упрекают Путина за нарушение литературной нормы, его речи запоминаются. И журналисты на пресс-конференциях всегда ждут, когда Путин скажет что-нибудь выразительное. □ ...□ В этом смысле эпоха Медведева была метанием между своим и чужим языковым портретом. Но «медведизмов» так и не появилось. □ ...□ Если у Путина «путинизмы», то у Черномырдина «черномырдинки». Это была поразительная фигура». (Российская газета)

Продуктивные суффиксы, такие, как *-ism*, например, образуют неологизмы и в английском языке (*declinism, endism*), однако обращает на себя внимание использование многих других способов образования новых слов в английском языке, таких, как телескопия. Телескопические неологизмы дают почву для многочисленных аналогий. Так, например, неологизм *'egocasting'*, образованный по аналогии с давно уже устоявшимся в языке словом *'broadcasting'*, обозначает процесс чтения, слушания тех СМИ, которые активно пропагандируют чьи-либо взгляды, идеи.

Телескопия в сочетании с усечением основы способствовало созданию нового образования *'camouflanguage'* – это язык, который активно использует жаргоны, эвфемизмы и другие средства для того, чтобы скрыть истинный смысл происходящего. Данный неологизм образован путем телескопии основ *'camouflage'* и *'language'* с усечением первой из них. Телескопные образования, используемые в русскоязычном газетном тексте, преимущественно представляют собой авторские неологизмы.

В неологизмах, все чаще появляющихся в современной англоязычной прессе, четко прослеживается усилительно-экспрессивная коннотация в семантике квазисуффиксов *-geddon, -tainment, -athon, -erati (eurogeddon, edutainment, talkathon, twitterati)*. Вопрос о морфологическом статусе указанных деривационных компонентов в англистике остается открытым. Учитывая их относительно самостоятельный характер и целостность значения, а также продуктивность в образовании неологизмов, можно предположить, что осколочные компоненты могут быть названы новейшими суффиксами в английском языке. Контекстное употребление неологизмов, образованных с их помощью, свидетельствует о ярко выраженной экспрессивной коннотации, которая нередко используется авторами газетного текста для интенсификации, как например, в следующем заголовке газетной статьи:

Debt crisis: In our competitive decadence, we face eurogeddon and dollargeddon. There are profound reasons why the twin giants of the liberal democratic west are both on the edge of default. (The Guardian)

Таким образом, проведенное исследование позволяет заключить, что, несмотря на многообразие способов пополнения языка новыми единицами, одними из наиболее продуктивных как в русском, так и в английском языках, являются суффиксация и словосложение. При этом исследование показывает, что если в русском языке неологизмы образуются по традиционным моделям с использованием продуктивных суффиксов, то для английского языка характерно использование словообразовательных формантов, выступающих в роли новых словообразовательных суффиксов, или квазисуффиксов. Причиной широкого распространения квазисуффиксальных неологизмов в газетном тексте является их легкая узнаваемость одноименных общественно-социальных, политико-экономических и иных явлений.

Литература

Алексеева Е. В. Адъективные новообразования в современном русском языке: дисс. ... канд. филол. наук / СПбГУ. – СПб, 2011. – 185 с.

Заботкина В. И. Семантика и прагматика нового слова (на материале английского языка): Автореф. ... дис. д-ра филол. наук / Моск. ордена Дружбы народов гос. лингв. ун-т. – М., 1991. – 51 с.

Зайцева Е. А. Новообразования-наименования лица в современном русском языке рубежа XX-XXI веков: Мотивированность. Семантика. Структура: дисс. ... канд. филол. наук / Рос. ун-т дружбы народов. – Самара, 2005. – 207 с.

Зырянова А. В. Функционирование неологизмов-лексем в современном русском языке в семантико-коммуникативном и прагматическом аспектах: на материале средств массовой информации: дисс. ... канд. филол. наук / ЧГПУ. – Челябинск, 2006. – 203 с.

Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивные проблемы неологизации в русском языке конца XX - начала XXI века: дисс. ... д-ра филол. наук / АГУ. – Астрахань, 2009. – 401 с.

Курасова Е. В. Семантические неологизмы общественно-политической сферы в русском языке новейшего периода: дисс. ... канд. филол. наук / ВГПУ. – Воронеж, 2006. – 241 с.

Мурзабулатова Ю. А. Неологизмы со значением деятеля в современном русском языке: дисс. ... канд. филол. наук / БГУ. – Уфа, 2013. – 196 с.

Новый русский / Российская газета. 11.07.2012.

Прохорова С. Р. Особенности образования неологизмов со значением деятеля в современном английском языке: дисс. ... канд. филол. наук / МПГУ. – М., 2005. – 271 с.

Debt crisis: In our competitive decadence, we face eurogeddon and dollargeddon. The Guardian, 20 July 2011