

УДК 81-13

## СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОЙ ПРЕССЫ)

**Соловьева Эльвира Баязитовна**

канд. пед. наук

**Асылбаева Анастасия Геннадьевна**

студент

Башкирский государственный университет (филиал), Сибай

*author@apriori-journal.ru*

**Аннотация.** Статья затрагивает вопросы образования неологизмов в современной английской прессе.

**Ключевые слова:** английский язык; язык прессы; неологизмы; словообразование.

---

## WAYS OF NEOLOGISMS FORMATION IN ENGLISH (ON MATERIAL OF THE ENGLISH PRESS)

**Solovyova Elvira Bayazitovna**

candidate of pedagogical sciences

**Asylbayeva Anastasiya Gennadijevna**

student

Bashkir state university (branch), Sibay

**Abstract.** The article deals with the questions of the formation of neologisms in the modern English press.

**Key words:** the English language; the press language; neologisms; word formation.

Словарный состав любого языка находится в постоянном изменении и динамике, являясь самым подвижным его компонентом. Лексика, как самый подвижный пласт языка, наиболее чутко реагирует на все изменения в социальной, культурной, политической, научной и других сферах жизни человека, ведь именно слово является «зеркалом жизни».

Развитие языка обусловлено в значительной степени развитием системы его словообразования, становлением новых словообразовательных моделей слов, изменением существующих, увеличением или уменьшением их продуктивности и многими другими факторами словообразовательного процесса [1].

Создание новых слов отражает, прежде всего, потребности общества в выражении новых понятий, постоянно возникающих в результате развития науки, техники, культуры, общественных отношений и т.д. [3].

В настоящий момент английский язык, так же как и многие другие языки, переживает «неологический бум». Огромный приток новых слов и необходимость их описания обусловили создание особой отрасли лексикологии – неологии – науки о неологизмах [5].

Неологизмы или новые слова возникают в связи с появлением в разных сферах деятельности человека новых понятий, предметов, которым необходимо дать новые названия.

Под *неологизмами* (от греч. *neos* «новый» и *logos* «слово») понимают слова или словосочетания, обозначающие новую реалию (предмет или понятие), появившиеся в языке сравнительно недавно и сохраняющие еще оттенок новизны и необычности. В качестве недавних воспроизводимых лексических единиц неологизмы не входят в активный словарный запас языка [4].

По статистике, в развитых языках каждый год появляются десятки тысяч неологизмов, а конкретно в английском языке, как утверждает Р. Берчфилд, разработавший четырехтомное приложение к Оксфордскому

словарю английского языка, каждый год появляется в среднем 800 неологизмов, что свидетельствует о так называемом «неологизмном взрыве».

Главным признаком неологизма является абсолютная новизна слова для большинства носителей языка. Слово находится в состоянии неологизма очень непродолжительное время. Как только оно начинает активно употребляться, то теряет признак новизны, то есть постепенно входит в лексическую систему языка в качестве общеупотребительного. Неологизмы связаны со всеми областями англоязычного общества, но особенно большое количество новых лексических единиц появляется в связи с развитием компьютерной техники:

*multi-user* – компьютер для нескольких пользователей;

*hardware* – части компьютера;

*software* – программа компьютера;

*to blitz out* – уничтожить часть данных в памяти компьютера.

Большая часть неологизмов, связанных с использованием компьютеров в быту, образуется при помощи сокращенной формы *tele*. Например: *telepost* – место в доме, где находится компьютер; *telebanking*, *teleshopping* – финансовые либо торговые операции с помощью компьютера.

Относительно новой семантической группой считаются неологизмы на космическую тематику:

*space-bike*, *mini-bike* – автолёты;

*cargo module* – грузовой отсек космического корабля;

*UFO* – НЛО и т.д.

В области изобразительного искусства происходит бурный процесс экспериментирования, создаются новые манеры письма и стилевые приёмы:

*minimalism* – минимализм (тематическая «мелкотравчатость»);

*ABC art* – искусство, упрощающее и разлагающее на элементарные части цвет и форму;

*Op art* – искусство, использующее оптические эффекты;

*revivalism* – школа современной живописи, возвращающаяся к традиционным формам и приёмам;

*action painting* – живопись методом разбрызгивания и т.д.

В области кино, телевидения и видеотехники появилось много новых технических средств:

*inflight movies* – кинофильмы на борту самолёта;

*chat show* – интервью со знаменитостью по ТВ;

*kidvid* – телепередачи для малышей.

Большое количество неологизмов появляется в связи с общественными движениями. Многими новыми словами, например, английский язык обязан феминизму: *libbie* – суфражистка, феминистка. Именно благодаря женским движениям некоторые английские слова, заканчивающиеся на *man*, изменились, приобретая более нейтральную гендерную форму: *policeman* – *police-officer*, *chairman* – *chair-person*.

По своей структуре и способу образования неологизмы в языке газеты представлены несколькими вариантами. Наиболее характерными способами образования неологизмов в языке английской газеты являются словообразование (словосложение, аффиксация, конверсия, сокращения) и заимствования из других языков.

*Словосложение* представляет собой слияние двух или более основ для образования нового слова. Для английских сложных слов наиболее частотными являются образования, состоящие из двух основ:

*read-in* – состязание чтецов;

*recite-in* – конкурс декламаторов;

*swim-in* – соревнование по плаванию;

*lobby-in* – конференция по политическим вопросам;

*break-in* – вторжение в личную жизнь граждан (нарушение тайны переписки, подслушивание телефонных разговоров);

*push-over* – легкопреодолимое препятствие;

*drop-out* – молодой человек, бросивший учебу;

*build-up* – накопление военных сил;

*high-rise* – многоэтажный дом;

*cloth-cap* – рабочий;

*be-in* – дружеская встреча;

*a write-off* – вышедший из употребления.

Еще одним способом образования неологизмов является *аффиксация* – образование новых слов с помощью суффиксов и префиксов. Для газетного стиля характерно появление аффиксальных неологизмов с определенным набором аффиксов, а также необычное сочетание основ и аффиксов. Часто новое применение находят аффиксы, непродуктивные в других стилях речи. Во многих случаях такие аффиксы развивают новые значения, ранее им несвойственные, к примеру, суффикс *-ship*. Этот англосаксонский суффикс в своё время употреблялся для образования отвлеченных имен существительных со значением состояния, положения, например: *friendship*, *leadership*, *lordship*. В газетной лексике суффикс *-ship* в сочетании с морфемой *-man* образует отвлеченные имена существительные со значением качества, признака:

*brinkmanship* – балансирование на грани войны;

*craftsmanship* – искусство воздействия на массы;

*showmanship* – умение показать товар лицом, пустить пыль в глаза;

*statesmanship* – мудрость государственного деятеля.

То же самое следует сказать и о непродуктивном суффиксе *-dom*, который в газетной лексике стал употребляться для образования новых слов и таким образом обрел продуктивность, например:

*bogdom* – жизненный тупик;

*officialdom* – официальные круги;

*suckerdom* – тунеядец.

В газетном английском языке можно встретить неологизмы, образованные в результате сочетания суффикса *-er* с основами имен существительных и глаголов. Например:

*school leaver* – выпускник школы;

*primary schooler* – учащийся начальной школы;

*senior (junior) graders* – ученики старших (младших) классов;

*marcher* – демонстрант.

Образование новых слов при помощи префиксов и их частое использование также характерно для газетного языка. За последнее время в газетах появилось много слов с префиксом *non-*:

*non-access to nuclear weapons* – недопущение к ядерному оружию;

*non-affiliated union* – американский профсоюз, не входящий в более крупное объединение профсоюзов;

*non-belligerent country* – страна, не участвовавшая в войне;

*non-content* – голосующий против предложения (в палате лордов);

*non-union, non-unionist* – не состоящий членом профсоюза.

Много новых слов возникает в результате *конверсии*, т.е. перехода слова из одной части речи в другую, приводящей к образованию нового слова без изменения его начальной формы. Неологизмы, образованные посредством конверсии, широко распространены в газетной лексике, их наличие – одна из отличительных черт самого газетного стиля. Чаще всего это глаголы, образованные от существительных, и существительные, образованные от глаголов.

Следует отметить, что во вновь образованном слове нередко развиваются значения, лишь косвенно связанные со словом-основой. Например, в паре *to hit – a hit* можно наблюдать интересное развитие значения в имени существительном. В результате целого ряда переносов и переосмыслений значения *a hit* стало означать успех или то, что имеет успех.

Аналогичное развитие можно наблюдать и в следующих парах:

*to print – a print*; в существительном *print* развилось значение тираж, т.е. все количество напечатанных экземпляров;

*to cut – a cut*, существительное приобрело значения сокращения, урезывания, отмены.

В газетной лексике, особенно в той ее части, которая относится к политическим событиям, рекламе, часто встречаются частично субстантивированные слова, разновидность конверсии, при которой слово приобретает только некоторые признаки имени существительного, например *артикл* или форму множественного числа. Например:

*the unemployed* – безработные;

*casuals* – удобные туфли на каждый день;

*home beautifuls* – домашние вещи (халат, шлепанцы и т.д.);

*the coloureds* – цветное население;

*locals* – местные профсоюзы и их представители [2].

*Обратная деривация* представляет собой процесс образования глаголов путем усечения суффикса от коррелятивных имен существительных типа *televise* «показывать по телевидению» от *television* «телевидение».

Еще один тип образования новых слов – *сокращение*. Обилие сокращенных слов, особенно в заголовках, – характерная черта языка газеты. Некоторые сокращения, встречающиеся в английских газетах, появились именно в газете и позже стали общеупотребительными для всех стилей речи; другие редко встречаются вне газеты; третьи пришли в газету из языка технической литературы, делового языка, т.е. из других функциональных стилей.

Выделяют четыре вида сокращений: аббревиатуры, акронимы, усечения, слияния (сращения). Особенностью *усечений* является их сниженная стилистическая окраска, и, соответственно, их употребление ограничено рамками разговорной речи. Усечение характерно для различных типов сленга (школьного, газетного, спортивного):

*sis* – sister – сестра;

*doc* – doctor – доктор;

*telly* – television – телевизор;

*zine* – magazine – журнал;  
*specs* – spectacles – очки;  
*flu* – influenza – грипп;  
*mizzy* – miserable – жалкий [8].

Среди сокращений большое место занимают аббревиатуры и акронимы. Чаще всего *аббревиации* подвергаются технические термины, названия групп и организаций. Обычно аббревиатуры употребляются чаще, чем сами термины:

*VCR* – video-cassette recorder;

*PC* – personal computer;

*HO* – Home Office;

*E.V.A.* (extra vehicular activity) – работа в открытом космосе;

*R.E.M.* (rapid eye movement) – движение глаз во время фазы быстрого сна.

В отличие от аббревиатур, *акронимы* произносятся как полные слова:

*SALT* – Strategic Arms Limitation Talks – переговоры по ограничению стратегического оружия;

*UNESCO* – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization;

*WHO* – World Health Organization;

*WAY* (world Assembly of Youth) – международная ассамблея молодежи.

Для английского языка характерен такой способ образования новых слов, как слияние – составления одного слова из двух усечённых. Таким образом, происходит наложение фонем на стыке двух слов:

*faction* – fact + fiction – художественная литература в основе которой лежат документальные факты.

*Amerasian* – American + Asian – человек американо-азиатского происхождения.

*docudrama* – documentary drama – документальная драма.



*fruite* – fruit + juice – фруктовый сок.

*slimnastics* – slim + gymnastics – гимнастика для похудения.

*wordrobe* – word + wardrobe – словарный запас [8].

Основная масса слов-слитков по данным В.И. Заботкиной используется в средствах массовой информации и в рекламе. В силу новизны и неожиданности формы, они привлекают внимание и оказывают определенный прагматический эффект на читателя. Слова-слитки, слова-стяжения играют важную роль в современной разговорной и газетно-публицистической речи, то есть в тех стилях речевого общения, где стремление к оперативности изложения особенно ощутимо.

Еще одним распространенным путем появления неологизмов в газете является *заимствование из другого языка*. Активизацию процесса заимствования лексики многие связывают с социальными причинами, в том числе и политического характера, что не может не найти своего отражения, прежде всего, в языке СМИ и прессы. Язык интегрирует в себя иностранную лексику, расширяя тем самым словарный состав в результате усиления международных контактов [7]. Такие слова за счет многократного повторения постепенно усваиваются языком. Так, французское *detente* (ослабление международной напряженности), которое теперь часто используется в английской и американской прессе, появилось как следствие миролюбивой политики Советского Союза, провозгласившего ослабление международной напряженности путем сохранения мира во всем мире.

Среди заимствований, употребляемых в языке газеты, можно встретить множество калек, т. е. дословных переводов с иностранного языка. Например:

*spaceship* – космический корабль;

*to monitor sputniks* – контролировать спутники по радио;

*to walk in the open space* – выходить в открытый космос;

*to pilot a spaceship* – пилотировать космический корабль [6].

### **Список использованных источников**

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 1968. 607 с.
2. Барабаш Т.А. Reading newspapers and talking politics. М.: Высшая школа, 1971.
3. Будагов Р.А. Что такое развитие и совершенствование языка. М.: Наука, 1977. 264 с.
4. Вендина Т.И. Введение в языкознание. М.: В.Ш., 2003. 288 с.
5. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. М.: В.Ш., 1989. 126 с.
6. Минаева, Д.В. Речевая коммуникация в существующем обществе. М.: Восток-Запад, 2001.
7. Соловьева Э.Б. Основы перевода и переводческой деятельности. Курс лекций. Уфа, 2013. 99 с.
8. URL:<http://engblog.ru/graphical-shortening>