

Литература

1. Воркачев С. Г. *Anglica selecta: избранные работы по лингвоконцептологии*. Волгоград: Парадигма, 2012. 205 с.
2. Карасик В. И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Волгоград: Перемена, 2002. 476 с.
3. Красавский Н. А. *Эмоциональные концепты в немецких и русских лингвокультурах*. Волгоград: Перемена, 2001. 495 с.
4. Крючкова Н. В. Лексикографические и экспериментальные данные в раскрытии содержания концептов // *Вестник Томского государственного университета*. 2008. № 315. С. 19–24.
5. Маслова В. А. *Когнитивная лингвистика*. Минск: ТетраСистемс, 2008. 266 с.
6. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (access date: 10.03.2024).
7. Carroll A. *War Letters: Extraordinary Correspondence from American Wars*. New York: Scribner, 2001. 650 p.
8. Collins English Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (access date: 10.03.2024).
9. Korean War 1950–1953 // Britannica [Electronic resource]. URL: <https://www.britannica.com/event/Korean-War/Invasion-and-counterinvasion-1950-51> (access date: 10.03.2024).
10. Merriam-Webster Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (access date: 10.03.2024).
11. Oxford English Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.oed.com/> (access date: 10.03.2024).
12. Roberts A. *Love, Tommy. Letters Home, from the Great War to the Present Day*. Oxford; Long Island City, NY: Osprey Pub., 2012. 255 p.

УДК 811.111

Т. Н. Зазыкина (Нижний Новгород, Россия)

Нижегородский государственный технический университетим. Р. Е. Алексеева

Неологизмы в лексике современного английского языка

Статья посвящена неологизмам в лексике современного английского языка и содержит обзор разных аспектов изучения неологизмов: причин их возникновения, типологии неологизмов (семантические, морфологические, синтаксические), механизмов образования неологизмов. Приведены примеры неологизмов, функционирующих в разных сферах.

Ключевые слова: неологизм, механизм возникновения, классификация, значение, сфера применения, тенденции

Неологизмы – это новые лексические единицы, новые слова или выражения, вошедшие в язык. Возникновение новых лексических единиц может быть

обусловлено целым рядом факторов – как внешних, так и внутренних относительно коренного социума: культурных, социальных, технологических, политических, экономических и т.д. Несмотря на свою принадлежность к активному тезаурусу языка в течение определенного времени, неологизмы в дальнейшем могут перейти в пассивный словарь, то есть использоваться исключительно в течение ограниченного периода времени. Неологизмы нередко носят окказиональный характер и могут оставаться принадлежностью определенного речевого акта. Однако они могут стать и частью основного словаря языка.

В лингвистических источниках представлены различные определения термина «неологизм», но в целом неологизмы определяются как новые слова или выражения, которые еще не стали широко используемыми.

Так, например, «Лингвистический энциклопедический словарь» дает следующее определение: «Неологизмы (от греч. Neos – новый и logos – слово) – слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз («окказиональные» слова) в каком-либо тексте или акте речи» [4, с. 331].

Примечательно, что О. С. Ахманова в «Словаре лингвистических терминов» определяет неологизм не только как «слово или оборот, созданные для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия», но и как новую лексическую единицу, не наделенную «правами гражданства» в общенародном языке и, как следствие, воспринимающуюся как принадлежность к особому, часто сниженному (субнормативному) стилю речи [1, с. 310].

Новые слова в лексике любого языка считаются неологизмами до тех пор, пока они не становятся широко распространенными и общепринятыми. В среднем это происходит в течение нескольких лет с момента появления слова. Однако некоторые неологизмы могут сохранять свой статус в течение весьма длительного времени, в частности, если они коррелируют с новыми идеями или инновациями в сфере технологий.

Среди факторов, оказывающих влияние на появление новых слов в активном лексическом составе языка, мы можем упомянуть стремительное развитие современного общества и, соответственно, отражение этого явления в коммуникативном поле социума. Так, В. В. Поталуй и Е. А. Ширшикова выделяют такие факторы возникновения неологизмов, как «социальная сплоченность вкупе с соперничеством, новейшие технологии наряду с лингвистической экономией, а также идеологическая составляющая» [5].

Разные сферы деятельности человека порождают целый калейдоскоп новых лексических единиц.

Технологии и ИТ. Научная и техническая сферы жизнедеятельности человека непрерывно эволюционируют, стимулируя возникновение новых лексических юнитов. Так, слово *вебинар* когда-то вошло в обиход для обозначения

онлайн-семинаров или обучающих мероприятий. А глагол *to hate-watch* означает процесс просмотра некоего медийного контента (фильма, шоу и пр.), к которому зритель испытывает стойкую неприязнь, с целью критики или насмешки. Словосочетание *to binge-watch* понимается как просмотр фильмов или телешоу нон-стоп, выпуск за выпуском.

Существует ряд терминов и выражений для описания новых цифровых реалий: *textpectation* – нетерпеливое ожидание ответа от собеседника на мобильном телефоне; *to defriend* – удаление пользователя из списка друзей в соцсетях [11]; *to leave on read* – не ответить кому-либо на прочитанное сообщение на любой из интернет-платформ; *to go all caps on someone* – отправлять кому-то эмоциональные сообщения, написанные заглавными буквами (капсом).

Нельзя не упомянуть такое актуальное словосочетание, как *password fatigue*, которое обозначает ощущение усталости, стресса и досады от бесконечного запоминания множества паролей на разных сайтах и аккаунтах.

Сама же мировая паутина иногда именуется *interweb* (т.е. «Интернет» с юмористичным подтекстом) [7].

Бизнес и экономика. В этой сфере также возникает множество терминов и выражений для описания новых явлений, концепций и процессов, например: *startup* – коммерческий проект, основанный на какой-либо идее и требующий финансирования для развития; *green economy* (дословно «зеленая экономика») – этот концепт возник в конце XX века, он означает минимизацию негативного импакта индустриально-экономической активности человека на окружающую среду.

Общество и культура. Социальные изменения и культурные тренды часто приводят к созданию новых слов и выражений: *a rando* – так называют незнакомого человека, чье поведение кажется подозрительным или странным; *a wasband* – бывший муж; *a grey gapper* – это словосочетание описывает человека пенсионного возраста, решившего кардинально изменить образ жизни и посвятить себя путешествиям по миру; *tanorexia* – крайне ажитированное стремление иметь загар; *meh* – скучный и неинтересный; *bedgazm* – ощущение счастья, получаемое в конце трудного рабочего дня, когда наконец удается добраться до кровати; *askhole* – данная остроумная лексема сформирована из глагола *ask* и дерогатива *asshole*, означает человека, который постоянно задает бестактные и глупые вопросы; *cellfish* – данный эпитет описывает человека, громко разговаривающего по мобильному телефону в общественном месте, вызывая раздражение у окружающих; *textrovert* – данное существительное является очевидной аллюзией и отсылкой к слову *introvert*, означая человека, предпочитающего коммуникацию посредством переписки любой другой модели общения; *dudevorce* – эта лексема образована от слов *dude* (кореш, чувак) и *divorce* (развод); данное существительное описывает новый статус друзей, которые более не являются таковыми, т.е. «развод друзей» [8].

Политика. *Brexit* (Брекзит) – выход Великобритании из Европейского союза.

Некоторые новые слова могут так и не стать неологизмами по разным причинам и в итоге остаются окказионализмами или принадлежностью данного речевого акта. К сферам, в которых чаще всего возникают неологизмы в английском языке, относятся технологии, наука, медицина, бизнес и маркетинг, искусство и культура.

В сфере **социальных сетей и культуры**: *Nano-celebrity* – знаменитость, получившая кратковременную известность благодаря участию в реалити-шоу или социальных экспериментах; *Flexitarian* – человек, придерживающийся вегетарианской или веганской диеты, но иногда употребляющий мясо или рыбу; *woke* (просветленный) – описывает человека, осознающего социальные и политические проблемы, и стремящегося к изменениям; *over-achiever* – человек, стремящийся к успеху и достижениям в учебе, карьере и личной жизни, часто в ущерб своему здоровью и благополучию [8].

В сфере **кино и телевидения**: *streaming service* – компания, которая предоставляет услуги по просмотру фильмов и сериалов онлайн; *interactive movie* – фильм, в котором зритель может влиять на развитие сюжета с помощью выбора вариантов ответов; *green screen* – технология, которая позволяет заменить фон на видео или в фильме [6, с. 17–34].

Классификация неологизмов в лексике современного английского языка является важнейшей составляющей понимания и осознания изменений и развития языка. Далее рассмотрим **типологию неологизмов современного английского языка**.

1. Семантические неологизмы – это слова, принадлежащие актуальному (действующему) тезаурусу английского языка и получившие новое толкование или новый оттенок. Так, слово *bread* (хлеб) стало использоваться не только как название продукта питания, но и в значении ‘деньги’.

Е. А. Гутина рассматривает данный тип неологизмов как лексические юниты, которые «дают представление о сдвигах в осмыслении действительности, о наиболее активных ассоциациях, об оценке носителями языка тех или иных явлений» [2, с. 66–71].

Семантические неологизмы ранжируются следующим образом:

– новые значения слова: например, слово *cloud*, которое традиционно ассоциировалось с облаками, сейчас используется также в контексте облачных вычислений;

– новые коннотации: например, выражение *fake news*, которое получило распространение после выборов в США в 2016 году;

– метафорическая семантика: например, слово *viral*, которое в контексте Интернета и социальных сетей означает быстрое распространение информации.

2. Морфологические неологизмы образуются через словообразование с помощью аффиксов: например, слово *cybercrime* – сочетание корня *cyber-* и суффикса *-crime*.

3. Синтаксические неологизмы формируются путем использования новых структур предложений: например, фраза *Netflix and chill* означает проведение спокойного вечера в домашней обстановке за просмотром фильмов [9].

Исследователи неологизмов выделяют различные **источники и механизмы образования неологизмов в английском языке**:

1. Создание новых слов с использованием префиксов, суффиксов, инфиксов: например, при добавлении префикса *un-* к слову *see* образуется новое слово *unsee*, что означает в эквивалентной русской интерпретации ‘развидеть’.

2. Метафорическое перенесение – использование слова в новом значении: например, слово *cloud* в контексте компьютерных технологий получило новое значение ‘хранилище данных в Интернете’ (*cloud storage*).

3. Калька или заимствование: например, слово *sushi* заимствовано из японского в английский язык.

4. Сокращение – усечение длинных слов или выражений: например, *Wiki* (Википедия).

5. Аббревиатуры – формирование новой лексической единицы с использованием первых букв или слогов: например, *POV* от *Point of view* (точка зрения).

6. Сложение – формирование нового слова путем соединения двух или более слов: например, *fantabulous* от слов *fantastic* и *fabulous*.

7. Слова, образованные от имен собственных: например, оним *Google* трансформировался в глагол *to google* (гуглить).

8. Звукоподражание – создание нового слова путем имитации звука: например, *buzz* (жужжание) или *hiss* (шипение) [3, с. 49].

Новые лексические единицы могут быть образованы по-разному в зависимости от контекста и общественно-культурной ситуации.

В заключение отметим, что неологизмы олицетворяют живое развитие языка и его адаптацию к современным реалиям. Они отражают изменения в культуре, науке, технологии и обществе в целом. Понимание процесса формирования и этимологии различных типов неологизмов помогает ученым-лингвистам и просто любителям языка исследовать и систематизировать это явление.

Литература

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. Изд. 4-е. М.: КомКнига, 2007. 310 с.

2. Гутина Е. А. Семантические неологизмы в СРЛЯ // WordPress: материалы междунар. науч. конф. 2013. С. 66–71.

3. Лукьянченко Е. А. Неологизмы в английском языке как продукт разговорного дискурса / УрФУ. Екатеринбург, 2013. 49 с.

4. Котелова Н. З. Неологизмы // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 331.
5. Поталуй В. В., Ширшикова Е. А. Факторы, влияющие на появление неологизмов в военной терминологии (на материале английского языка) // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 12(54), Ч. 2.
6. Хромачева В. А. Неологизмы в современном русском и английском языках // Юный ученый. 2022. № 7(59). С. 17–34.
7. Engblog: Образовательный портал для изучения английского языка, 2008–2024. Словарь неологизмов [Электронный ресурс]. URL: Engblog.ru (дата обращения: 16.01.2024).
8. Oxford Team: Лингвистический центр (раздел «Неологизмы»). 29.05.2021 [Электронный ресурс]. URL: Oxford-Team.kz (дата обращения: 16.01.2024).
9. Urban Dictionary [Электронный ресурс] (дата обращения: 16.01.2024).

УДК 811.134.2

*Н. В. Иванова, Ф. Ю. Мелихова (Санкт-Петербург, Россия)
Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена*

О некоторых особенностях употребления местоименных форм обращения в современном испанском языке (в сопоставлении с русским)

В статье рассматриваются некоторые особенности употребления местоименных форм обращения в современном испанском языке в сопоставлении с русским (в частности, при общении в сфере образования и в сфере услуг). В качестве материала исследования выступают результаты анкетирования испано- и русскоязычных респондентов, проведенного автором статьи.

Ключевые слова: местоимение, местоименные формы обращения, пиренейский вариант испанского языка, тенденции употребления местоименных форм обращения, анкетирование

Местоименные формы обращения (далее – МФО), характерные для пиренейского варианта испанского языка, образуют пропорциональную двойственную систему, элементы которой противопоставлены, с одной стороны, по признаку формальности/неформальности, а с другой стороны – по формам числа (единственное и множественное). Таким образом, в качестве МФО используются местоимения «tú» и «vosotros» (характерные для неформального, менее дистанцированного общения), а также «usted» и «ustedes» (характерные для формального, более дистанцированного общения) [5, p. 119]; [6, p. 56].