

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра английской филологии и межкультурной коммуникации

**СТРУКТУРНЫЕ, СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ
ОСОБЕННОСТИ НЕОЛОГИЗМОВ СОВРЕМЕННОГО
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки
45.03.02 Лингвистика
очной формы обучения,
группы 0401502
Сапыцкого Влада Олеговича

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент
Дрыгина Ю.А.

БЕЛГОРОД 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. Теоретические основания исследования неологизмов в современном английском языке	5
1.1. Неологизмы и их интерпретация в современной лингвистике	5
1.2. Классификация неологизмов в современном английском языке	11
1.3. Особенности формирования неологизмов современного английского языка	15
Выводы по ГЛАВЕ I	20
ГЛАВА II. Языковые особенности английских неологизмов и особенности их передачи на русский язык	22
2.1. Теоретические и практические особенности перевода неологизмов	22
2.2. Заимствованные неологизмы и процесс их ассимиляции	32
Выводы по ГЛАВЕ II	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	45
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	48

ВВЕДЕНИЕ

Неологизмы получили множество различных определений. В словарях, неологизм обычно определяется как «новое слово или выражение». Исходя из этой концепции, мы можем определить, что неологизм-это “новое слово или выражение, которое может быть в процессе включено в общее употребление, но еще не принят на основном языке. Неологизмы часто они напрямую связаны с конкретным человеком, публикацией, периодом или событием. Понятие “неологизм” используется не только в лингвистике, его можно встретить и в других науках. И если мы возьмем некоторые науки, в частности, мы можем видеть, что все они отражают сущность или понятия как чего-то нового, ранее неизвестного в языке.

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью рассмотрения структурно-семантических особенностей неологизмов в современном английском языке.

Целью данного исследования является изучение структуры и семантики неологизмов английского языка.

Поставленная цель требует решения следующих **задач**:

1. Определить понятие неологизмов в современном английском языке.
2. Классификационно разделить их на соответствующие группы.
3. Выявить особенности формирования неологизмов в современном английском языке.
4. Обозначить теоретические и практические особенности перевода неологизмов современного английского языка и путь их ассимиляции.

Объектом исследования выступают неологизмы английского языка и их интерпретация в современной лингвистике.

Предметом исследования являются структурные, семантические и функциональные особенности английских неологизмов.

Для решения поставленных задач были использованы следующие **методы** исследования:

1. Метод контекстуального анализа (как языковая единица(неологизм) получает реализацию в контексте).
2. Описательный метод (такие приемы как наблюдение, сравнение, сопоставление, обобщение, интерпретация).

Теоретическая значимость работы заключается в том, что проведенное исследование и его результаты могут способствовать более глубокому изучению и описанию структурно-семантической связи неологизмов, и их теоретически-практическим особенностям перевода в современном английском языке.

Структура исследования включает введение, две главы, заключение и список использованных источников. В главе I рассматриваются различные структура и семантика неологизмов английского языка, а также этимология термина данного явления. Глава II включает в себя теоретические и практические особенности перевода неологизмов, а также процесс их ассимиляции в современном английском языке. В Заключении подводятся итоги работы.

ГЛАВА I. Теоретические основания исследования неологизмов в современном английском языке

1.1. Неологизмы и их интерпретация в современной лингвистике

Из года в год словарный запас каждого языка мира прибавляет несколько тысяч неологизмов. Многие из них исчезают уже через год, а некоторые закрепляются в лексическом составе на долгое время.

В начале XX века наблюдался рост и расширение областей номинации. Данное явление было вызвано развитием языкознания. Исследуя новые аспекты в науке, исследователи пришли к выводу о том, что изменяется не только объем и количество областей номинации, но и поддаются изменениям сами способы номинации.

Связь номинации со словообразованием неразрывна. Основной задачей словообразования является изучение семантических, формальных и генетических и других закономерностей, особенностей процесса образования новых лексем. Сам процесс образования новых лексических единиц обусловлен историческим, культурным и национальным развитием народа. Появление новой лексики в словарном составе языка вызвано не чем иным, как потребностью народа, говорящего на этом языке. Именно поэтому, даже при самых минимальных изменениях в политической, научной, торговой, экономической или общественной сфере народа происходит изменение лексического строя языка. Новые лексические единицы довольно часто могут быть образованы с помощью видоизменения старых. Новые лексемы стремятся к тому, чтобы говорящий мог осуществлять коммуникативную деятельность, и поэтому они поддаются влияниям окружающего мира

человека. Они не создаются заблаговременно для увеличения объема словарного состава языка.

Изучая процесс возникновения новых слов следует в первую очередь рассматривать такие понятия, как «язык» и «речь», по отдельности. Ф. де Соссюр в своей работе, посвященной лингвистическим исследованиям, «Курс общей лингвистики» подчеркивал: «... новообразование, которое является завершением аналогии, первоначально принадлежит исключительно сфере речи, оно – случайное творчество отдельного лица. Именно в этой сфере и вне языка следует искать зарождение данного явления. В языке удерживается лишь незначительная часть новообразований, возникших в речи; но те, какие остаются, все же достаточно многочисленны, чтобы с течением времени в своей совокупности придать словарю и грамматике совершенно другой облик» (Соссюр, 1977: 199-203). Язык – это общественное явление, он зарождается, функционирует, развивается и существует непосредственно в социуме. Язык – это средство передачи и хранения информации, которая передается и присваивается из поколения в поколение, поддаваясь, при этом, социальным изменениям в обществе. Речь, в свою очередь, выступает в качестве средства реализации, воплощения языка. С помощью речи язык способен реализоваться и выполнять свои функции и назначения. Следовательно, мы можем утверждать, что язык – это средство, а речь – это вид общения, который производится с помощью этого средства.

Выделяют следующие функции языка:

- коммуникативная;
- эмотивная;
- конструктивная;
- воздействующая.

Первая коммуникативная функция языка заключается в передаче информации и используется для установления контакта между людьми, для

их общения. Вторая эмотивная функция отвечает за эмоциональную окраску в процессе общения. Третья конструктивная функция направлена на формирование мыслей человека. И последняя, четвертая воздействующая функция необходимо для побуждения собеседника к действиям. Самой главной функцией является, в первую очередь, коммуникативная. Благодаря этой функции происходит не только передача необходимой человеку информации, но также настраивается и сам процесс коммуникации. Общаясь с собеседником, или иностранцем, прежде всего мы настроены на сообщение какого-то сообщения. Наша речь выстраивается на основе языка с учетом наших возможностей и знаний. Довольно часто при общении с иностранцами люди попадают в ситуации, когда они не могут сообщить собеседнику нужную для них информацию из-за неосведомленности или недостатка языковых знаний. Встречаются также случаи, когда полученная информация не представляет собой никакой значимости для человека, вследствие того, что он не знаком с культурой и традициями иноязычного собеседника. Все эти случаи связаны с тем, что язык развивается с развитием истории и культуры, и выступает в качестве средства передачи ценностей.

Непрерывно изменяющиеся политические, общественные, социальные, культурные, экономические, языковые условия современного мира требуют незамедлительного приспособления человека. С появлением новых слов возникает необходимость их изучения, для последующего использования. Языкознание занимается проблемами образования новых лексем, однако, в тоже время, по сегодняшний день в лингвистическом смысле до сих пор не существует единого мнения относительно понимания понятия «неологизмы».

Отечественная лингвистика, занимаясь изучением новых лексем, подходит к ним с нескольких позиций, а именно: с психолингвистической, стилистической, денотативной, структурной, исторической. Все эти позиции имеют в основе критерий новизны, который заключается в новизне формы неологизма, его происхождении, значении и непосредственно в новизне его

употребления в процессе общения. Что касается зарубежной лингвистики, то неологизмы представляют собой новые слова, которые не зарегистрированы в словарях. В зарубежной лингвистике неологизмы рассматриваются в рамках лексикографической теории. Среди отечественных лингвистов, которые внесли значительный вклад в развитие науки, занимающейся изучением неологизмов, следует отнести следующих: И.А. Бодуэн де Куртенэ, А.А. Потебня, Л.В.Щерба, М.М. Покровский, Е.В. Розен, В.Г. Гак. Относительно зарубежного изучения неологизмов, следует отметить исследования французской лингвистической школы (Deroou, Corbeil, Guilbert, Darmesteter и другие) и английские словари издательства The Barnhart Dictionary Companion (Green J. Neologism. New words since 1960; Room A. Dictionary of changes in meaning).

Несмотря на многочисленные исследования в области неологии, на сегодняшний день не существует единого понимания сущности новой лексемы. В языкознании под новыми словами принято понимать «неологизмы». Лексема «неологизм» впервые появилась в 1735 году во Франции («neologisme») и была заимствована в значении «постоянное или однократное употребление нового слова». В.Г. Гак утверждал, что такая наука как «неология» занимается опознанием новых слов и значений, анализом факторов их возникновения, изучением их моделей, разработкой принципов отношений и связей, и лексикографической обработкой (Гак, 1983).

С терминологической точки зрения, новые слова представляют запутанную и часто противоречивую область изучения, так как лексикографы и лингвисты имеют разные взгляды и дают различные определения того, что следует считать «новым словом», «неологизмом» или «оккозиционализмом».

К примеру, в Оксфордском Электронном Словаре, «неологизм» кратко определяется как «слово или фраза, которые являются новыми для языка;

тот, который недавно придумал». Лексикографы, как правило, считают использование названия «неологизм» и «новое слово» взаимозаменяемым, так как оно может отображаться в названиях словарей (см., например, Algeo 1991; Green 1991). Впрочем, среди лингвистов «новое слово» рассматривается как термин для любого вымышленного слова, в то время как «неологизм» оставляет за собой значение «нового слова, которое предназначено для обогащения лексического запаса языка (или которые уже приняты как таковые)». (Dressler 1993: 5028). Szymanek более точно различает «производные неологизмы» – то есть новые сложные слова «придуманные в соответствии с некоторыми устоявшимися и продуктивными образцами» (с. 430) и другие новые слова «созданные из ничего, без помощи формирования в слове для какого-либо морфологического процесса», что называется «созданием корней» (Szymanek 2005: 430). Бринтон и Трауготт (2005: 43) вместо этого утверждают, что создание корня «включает изобретение новой корневой морфемы», в то время как они определяют неологизм в целом как «новое слово в языке». Шмид (2011: 71–81) обсуждает неологизмы в терминах «создания», которое, в свою очередь, включает три процесса (лексикализация, институционализация и закрепление) (см. «Институционализация» в Brinton and Traugott 2005: 45) и три этапа (создание, консолидация и создание).

С другой стороны, лексикографы и лингвисты, похоже, согласны с тем, что «окказиональное слово» (также называемое «словом, образованным для конкретного случая», см. «Okkasionalismen» Кристофиду 1994 г.) придумано для конкретного использования и вряд ли станет постоянной частью словаря (Algeo 1991: 3; Bauer 2001: 39). Оксфордский электронный словарь указывает, что этот термин был придуман Джеймсом Мюрреем для обозначения «слова, по-видимому, используемого только «для единичного случая», то есть в одном конкретном случае или в одном конкретном тексте или в работах писателя». Как указал Грин, окказиональные слова – это

«красивые, только вышедшие монеты, стремительно вошли в обращение, и, казалось, явно входили в общий словарный запас, но вскоре исчезли, подобно эфемере» (1991: 61).

Исходя из совокупности данных факторов, окказиональные слова или окказионализмы в первую очередь можно отличить от неологизмов из-за их различных (постоянных и временных) функций: с одной точки зрения, устойчивые неологизмы предназначены для обогащения языкового лексикона (Dressler 1981; см. Koefoed and van Marle 2000: 306). для «лексического обогащения»), в то время как окказионализмы просто выполняют стилистическую (более условную) функцию.

В отличие от неологизмов, окказиональные образования обычно не рассматриваются как часть лексикографического описания, хотя в Оксфордском Электронном Словаре сообщается о некоторых юмористических одноразовых словах: например, Tennyson's †age [1875] (после обрыва [1775]) в «О, Папа Римский мог обойтись» с его кардиналом, его успехом и его поломкой» (Queen Mary, OED3). Что касается их функции, Фишер утверждает, что одноразовые образования спонтанно придуманы, чтобы покрыть некоторую насущную коммуникативную потребность, такую как экономия, заполнение концептуального / лексического пробела или создание стилистического эффекта (1998: 5). Что касается их формирования, Brinton и Traugott подчеркивают, что они «формируются путем применения правил регулярного образования слов» (2005: 45), тогда как согласно Ladányi, они часто являются результатом поверхностной аналогии (2000: 2).

В нашем исследовании «новое слово» используется в качестве обобщающего термина, охватывающего как «неологизм» (то есть новое слово, которое принято речевым сообществом и предназначено для обогащения лексики языка), так и «окказиональное слово» (или «окказионализм»), то есть новое слово, придуманное для конкретного случая и еще не введенное в словарное обращение. Поэтому, следует подчеркнуть,

что слово «неологизм» взаимозаменяемо с «новым словом» и «окказиональным словом».

Но, несмотря на данные дискуссионные мнения, мы должны признать, что некоторые новые слова являются пограничными случаями между окказиональными образованиями и истинными неологизмами. Например, поэтические неологизмы (Boase-Beier, 1987) и другие специальные образования, встречающиеся в поэтическом языке, представляют собой примеры слов, засвидетельствованных только один раз, и по большей части не записанных в лексикографических произведениях, но они являются частью литературного наследия языка и таким образом, заслуживают того же внимания, что и неологизмы. Кроме того, хотя некоторые окказионализмы используются только один раз, те, которые придуманы известными авторами, как правило, используются другими авторами либо как пародии, либо как плагиаты, либо как новые слова, утвержденные поэтической лицензией (см. «Poetische Lizenzen» в Dressler и Panagl 2007). В настоящем исследовании анализируются как неологизмы, так и одноразовые слова, поскольку они могут проиллюстрировать аналогию в английском словообразовании.

1.2 Классификация неологизмов в современном английском языке

Новые слова также следует рассматривать с диахронической точки зрения. В самом деле, как и окказиональные слова, неологизмы также являются по своей природе переходными (Schmid 2008: 1) в том смысле, что слово может быть неологизмом для одного пользователя языка и знакомым для другого. Само понятие новизны само по себе имеет диахроническое значение. Слово действительно ново только тогда, когда оно входит в лексикон языка. В отличие от этого, когда слово подтверждается в известных

словарях на протяжении десятилетий и становится частью общего словаря, оно больше не ощущается как настоящий неологизм. В связи с этим, выделяют два вида неологизмов:

- национальные неологизмы, которые создаются при помощи собственного языка;
- заимствованные неологизмы, которые поддаются процессу заимствования из других языков. Например, «taikonaut» переводится на русский как «тайконавт» и обозначает космонавта, который работает в китайской космической программе.

Стоит также учитывать тот факт, что не все неологизмы могут быть использованы во всех сферах человека. Они могут быть двух видов: общими и специальными. К общим неологизмам относят все новые слова, которые соответствуют литературному уровню. Специальные неологизмы предполагают использование в узкопрофессиональных сферах, субкультурах.

Согласно диахронической концепции неологизмы могут быть классифицированы на:

1. Past neologisms (неологизмы, заимствованные в прошлом). Несколько новых слов были введены в английский лексикон в ранний современный английский период в период (конец XV века – конец XVII века), когда было зафиксировано наибольшее расширение словарного запаса английского языка. Слова пришли из латыни (например, «agenda» – на повестке дня [1623], «data» – данные [1645], «instruct» – поручить [1529], «nucleus» – ядра [1668], «propaganda» – пропаганда [1668]) или французского (например, «brigade» – бригада [1649], «civilisation» – цивилизации [1656], «elegant» – элегантный [1475], «regime» – режим [1475]) (Массаферро 2009: 39). Однако они представляют неологизмы только с исторической точки зрения, в том смысле, что синхронно они уже не считаются "новыми словами".

2. Недавно заимствованные неологизмы (Recent) с прошлого века в Оксфордский словарь английского языка вошло множество новых слов, особенно в 1980-х – 1990-х годах, с появлением новых технологий и новых средств массовой коммуникации, таких как Интернет. Они включают такие слова, как «web + log» – блог [1999], «e-reader» – электронный носитель [1999], использующийся для чтения электронных книг (OED3), «netizen» ← net + citizens – гражданин [1984] (OED3). Такие слова стали частью утвержденного языка и, следовательно, кодифицированы в словарях.

3. Present-day neologisms / occasionalisms (Современные неологизмы / окказионализмы) недавно придуманные слова обогащают словарь английского языка каждый день, а аналогия играет основополагающую роль в их образовании. Большинство из них происходят из новостей, таблоидов, телешоу, комедийных фильмов, блогов, социальных сетей и современных видов искусства. Некоторые из них являются окказионализмами в привычном смысле, так как имеют один случай употребления и имеют тенденцию исчезать так же быстро, как они были созданы. Примером может служить эфемерный глагол «prooflisten» – прослушивание музыкальной записи или текста песни с целью выявления ошибок [2000] (proofread [1845]), который произошел в письме Кристины Уэбб от 4 марта 2000 года в «The Guardian», и позже был записан в «Wordspy». Вместо этого другие слова кажутся более устойчивыми. Слово «advertainment» [1999], например, встречается одиннадцать раз в полном архиве «The Guardian» и один раз в «The Independent» и в СОСА («Они считают, что отказ от ответственности разрушит красоту «advertainment», 2004). Поэтому, как и его заверенные аналоги: «docutainment» – фильм или другая презентация, которая включает в себя документальные материалы и стремится одновременно информировать и развлекать» [1978] (OED2), «infotainment» – вещательный материал, который стремится информировать и развлекать одновременно [1980] (OED3) и «edutainment» – деятельность или продукт, предназначенный как

для образования, так и для удовольствия [1983] (OED2), ожидается, что он станет утвердившимся неологизмом. Усечение первой части в засвидетельствованных неологизмах (то есть docu (mentary), info (rmation), edu (cation)) действительно указывает на то, что все эти образования когда-то были смешенными, пока вторая часть не стала продуктивным объединением форм –tainment (см. 3.1.2). В слове «advertainment» первая часть это является отсечением от слова «advert (isement)».

Основное внимание в этом исследовании уделяется недавно заимствованным и современным неологизмам (или окказионализмам), полученным по аналогии. Эта часть английского лексикона может точно проиллюстрировать процедуру, посредством которой аналогия получает целевые слова из различных элементов или схем.

Изучая процессы появления неологизмов в языке, выделяют следующую классификацию:

1. Морфологические неологизмы. Неологизмы данного вида образуются из морфем ранее существующих слов по словообразовательным моделям языка. Например, неологизм «hands-on» переводится как «практический» и образован путем соединения существительного с предлогом.

2. Фонологические неологизмы создаются с помощью звуков. Например, «zizz» – короткий сон.

3. Семантические неологизмы. В данном случае общепринятые слова получают новые значения. Например, «umbrella» в первом значении переводится как «зонт», а с новым значением как «политическое прикрытие».

4. Лексические неологизмы – чаще всего, заимствованные слова. Например, «bangdom» – организованный бандитизм.

5. Визуальные неологизмы. Неологизмы, относящиеся к данному виду, отличаются новым написанием. Например, «terror wrist» – зануда.

6. Фразеологические неологизмы – новообразованные фразеологические единицы. Например, неологизмом «football widow» называют женщин, чьи мужья являются яркими фанатами футбола и пропадают во время футбольных матчей.

1.3 Особенности формирования неологизмов современного английского языка

Неологизмы – это своего рода лексические единицы, которые в процессе формирования поддаются условиям словообразовательных моделей, присущих языку. Выделяют следующие наиболее распространенные способы словообразования:

1) Аффиксальный. Благодаря данному способу новые слова образуются с помощью приставок (например, «unexpected» – неожиданный), суффиксов (например, «useless» – бесполезный). Рассматривая молодежный сленг стоит отметить тенденцию к употреблению префикса «mega-» из научно-технической сферы деятельности. Он используется для усиления значения и повышения эмоциональности (например, «megacool» – суперкрутой). Суффикс «-y / -ie» можно встретить в ироническом контексте (например, «goody» – паинька, «newbie» – новый пользователь, новичок), а суффикс «less-» придает негативную окраску (например, «computerless» – не имеющий компьютера).

2) Словосложение. В данном случае новые слова образуются с помощью сложения двух ранее известных основ. Например, «smartphone» (smart – умный, интеллектуальный, phone – телефон) – смартфон, «upgrade» (up – вверх, grade – уровень) – обновлять, усовершенствовать. В способе словосложения также выделяют другие разновидности:

3) Сращение. Выделяют несколько видов сращения в зависимости от взаимодействия и взаимовлияния двух основ:

а) усечение обоих лексемных элементов. Например, «Wi-Fi» (Wireless Fidelity) – вай-фай, беспроводной доступ в Интернет;

б) неизменная основа первого компонента сращивается с усеченной основой второго. Например, «webzine» (web – интернет, magazine – журнал) – интернет-журнал; «chillax» (chill – холодный, relax – отдыхать, расслабляться) – не напрягаться;

в) усеченная основа первого компонента сращивается с полной основой второго. Например, «agritourism» (agriculture – сельское хозяйство, tourism – туризм) – агротуризм.

4) Наложение заключается в накладывании общего элемента одной лексемы на другую. Например, «netiquette» (network – сеть, Интернет, etiquette этикет) – этикет или просто установленные правила поведения в интернет-сети;

5) Конверсия – переход слова из одной части речи в другую. Например, «to spam» – спамить, рассылать большому количеству контактов бесполезную информацию, чаще всего в виде рекламы; «to google» – гуглить, искать информацию в поисковике Google; «to e-mail» – отправлять сообщение по электронной почте;

б) Сокращение заключается в экономии языка, в сокращении составных компонентов основы. Например, «adv» (advertisement) – реклама, «peeps» (people) – люди, народ, друзья;

7) Аббревиация – образование аббревиатур по начальным буквам слов. Например, «UFO» (unidentified flying object) – НЛО (неопознанный летающий объект), «SMS» (Short Message Service) – смс (служба мобильных сообщений);

8) Заимствование из других языков. Например, «rouble» – рубль, «dacha» – дача, «borsch» – борщ, «kvass» – квас.

Следует также дать разъяснение относительно правильности неологизмов и психолингвистических аспектов нового словообразования (Aitchison [1987] 2003: 174-187; Booij 2005: 231-254). В целом для нового словообразования можно установить следующие критерии (психолингвистический учет см. Schmid 2008: 15-19):

1. Прозрачность: носители, производящие новые формы, предпочитают новые образования, которые являются фонологически, морфологически и семантически прозрачными (Aitchison [1987] 2003: 181). Следовательно, морфологически непрозрачные предметы вряд ли будут произнесены, если только говорящий не пытается быть забавным или намеренно не решает создать привлекательную для глаз / ушей форму (как в журналистской лексике или молодой речи) (ср. Липка 2000).

2. Регулярность: взрослые ораторы демонстрируют сильную тенденцию в своем производстве несформирований подчиняться регулярным шаблонам правил словообразования (и ограничений на них), типов словообразования, схем (Aitchison [1987] 2003: 174-180). Основными силами, стоящими за этим конформистским поведением, являются давление парадигмы и принуждение по аналогии (ср. Bauer 2001: 71-97; для аналогии см. “эффект размера семьи” В De Jong, Schreuder и Baayen 2000: 329). Незаконные формирования могут быть сознательными актами творчества (ср. Bauer 2001: 62-71). Иррегулярные формы с меньшей вероятностью институционализируются в больших слоях речевого сообщества (ср. Aitchison [1987] 2003: 182-184).

3. Производительность: ораторы редко создают новые формы на основе более не производительных моделей. Хотя они без труда сегментируют и анализируют устоявшиеся продукты уже не продуктивных словообразовательных типов, например, суффиксацию с -ть (как в grow-th, tru-th), они почти никогда не используют паттерны для образования новых слов (ср. Бауэр 2001: 54, 151; увидеть Линдси и Aronoff 2013 для

соперничества между продуктивными суффиксы). Кроме того, носители итальянского языка могут быть более склонны к производству нового соединения по продуктивной схеме V–N, чем носители английского языка, тогда как N–N будет наиболее распространенной моделью для английских новых соединений (ср. Итальянский *salvadanaio*, лит. ‘экономить’, и английский копилку) (Шмид 2008: 19).

4. Декодицикация: если говорящие решают, что декодирование новой формы может быть затруднено, они, как правило, предоставляют достаточный контекстуальный материал для устранения двусмысленности. Как всеобщее предпочтение, новое слово чаще анафорично по отношению к предшествующему контекстуальному материалу, чем катафорично по отношению к тому, что следует за ним. Для удобства расшифровки ораторы могут также выбрать одну или несколько стратегий для обозначения новизны слова. Металингвистические маркеры включают в себя явные утверждения о новизне слова, такие как так называемые, использование определений или объяснений значений, кавычки (в письменной форме “ /” или жестикуляция), а в компьютерной коммуникации гиперссылки на определения, найденные еще-где в сети (ср. Nohenhau 1996: 139-142).

5. Информативность: говорящие, произносящие новое слово, неизбежно вынуждены воспроизводить богатство информации, которую они хотят передать, потому что, по крайней мере в английском языке, они склонны ограничиваться небольшим количеством составляющих. Особенно это касается компаундирования. Например, многословные соединения, такие как *upturnpikepointandplace* Джойса [1939] (*Finnegans Wake*, p. 5) обычно избегаются, за исключением окказионализмов с анафорической функцией.

6. Мнемонический эффект: говорящие, которые монтируют творческие соединения, находятся под влиянием их положительного "мнемонического" эффекта (Bauer 1983: 142). Например, соединение, основанное на метафоре, является более успешной стратегией словообразования, чем Гребля, потому

что мотивация и образы, которые вызывает такое соединение, облегчат запоминание (Bauer 1983: 142). Точно так же не случайны творческие комбинации, которые демонстрируют аллитерацию или рифму, такие как *knee - mail* [2000] "молитва, особенно произнесенная на коленях" (Wordspy), рифмующаяся с электронной почтой [1979]. Действительно, как аллитерация, так и рифма в новых словах "aid mem - orability" (Benczes 2006: 187), тем самым усиливая положительный мнемонический эффект, на который ссылался Бауэр (1983: 142).

7. Аналогия: еще одним фактором, влияющим на возникновение творческих соединений, в частности, является аналогия. Согласно Ламбу (Lamb, 1998), говорящие широко используют уже существующие формы при создании новых, то есть их творческие способности также основаны на аналогии: "аналогический принцип может объяснить большую часть способности людей интерпретировать и формировать новые комбинации; они просто делают соответствующие замены в ранее изученных комбинациях, используемых в качестве примеров" (Lamb 1998: 265). Таким образом, *e-mail* мотивирует почту. Этот процесс замещения, основанный на аналогии, является естественным и" кажется врожденным и универсальным " (Lamb 1998: 265).

Выводы по ГЛАВЕ I

На протяжении всей жизни человечества язык поддается многочисленным изменениям в связи с изменениями в таких сферах деятельности, как политическая, социальная, научная, трудовая, общественная. Язык является средством передачи информации из поколения в поколения, от человека к человеку, и именно в процессе коммуникации происходит возникновение и формирование новых слов. Процесс появления неологизмов не может быть остановлен. Одни неологизмы задерживаются в языке, другие вымирают и заменяются новыми.

Изучив теоретическую литературу по имеющейся проблеме, мы пришли к выводу о том, что «новое слово» используется в качестве обобщающего термина. «Новое слово» охватывает следующие два понятия: «неологизм» (принятое речевым сообществом и предназначенное для обогащения лексики языка слово) и «окказиональное слово» / «окказионализм» (подходящее для определенного случая и еще не введенное в словарное обращение слово).

Все неологизмы делятся на различные классификации, которые обусловлены единой своеобразной характеристикой. В данной работе мы исследовали классификацию, основанную на процессах появления неологизмов и классификацию неологизмов в диахронической концепции. Таким образом, согласно первой классификации неологизмы бывают: морфологические, фонологические, семантические, лексические, визуальные и фразеологические. Согласно второй классификации: неологизмы прошлого, недавно заимствованные и современные неологизмы.

Что касается способов образования неологизмов, то они поддаются таким же словообразовательным способам, как и простые лексические

единицы, а именно: аффиксальный, словосложение, сращение, конверсия, сокращение, аббревиация и заимствование.

Для того, чтобы неологизмы закрепились в лексическом пласте языка, неологизмы должны соответствовать психолингвистическим аспектам нового словообразования. К таким критериям относят: прозрачность, регулярность, производительность, декодицикация, информативность, мнемонический эффект и аналогия.

ГЛАВА II. Языковые особенности английских неологизмов и особенности их передачи на русский язык

2.1 Теоретические и практические особенности перевода неологизмов

Как известно, перевод — это нравственное богатство. Он берет свое начало с древних времен. Перевод оказал влияние на историческое и культурное развитие народов и мировую культуру в целом.

В настоящее время деятельность переводчика имеет огромное влияние, благодаря расширению международных контактов. Этот факт позволяет некоторым иностранным авторам, пишущим о роли переводов называть наш век "неизменным веком перевода" (Конурбаев, 2000: 34). Верно, что перевод оказывал огромное внимание писателей и ученых, и были разработаны фундаментальные соображения, которые все были сформированы в нормативной концепции перевода. В настоящее время этот интерес возрос с новой силой, и необходимо систематизировать и научно обобщить опыт, накопленный в этой области.

В современной филологии начало развиваться новое теоретическое поле науки как особая дисциплина перевода, получившая названия "теория перевода" и "наука перевода". "Наряду с названиями, упомянутыми выше, были созданы специальные термины на английском языке для более точного описания этой области филологической науки - "translatology" (Cassiere, 1993: 84). Появление таких терминологий и понятий указывает на то, что сам перевод и является неотъемлемой частью науки. Естественно, в переводе как языковом средстве главной роли отводится человеческое общение.

Искусство перевода старо, как письменная литература. Этимологически перевод — это перенос или перевод информации. Как Ю. И. Рекер отметил: «перевод – это действие интерпретации смысла текста и последующего производства». Искусство перевода так же старо, как письменная литература. Этимологически перевод — это перенос одной мысли посредством другой. Как Ю. Рекер отметил: «перевод – это действие по интерпретации смысла текста, а затем создание эквивалентного текста, который передает то же самый смысл, но на родном языке». Английский поэт и переводчик Джон Драйден писал: «когда появляются слова... буквально грациозно, автору было стыдно, что их надо менять. Но с тех пор...» то, что прекрасно в одном языке, часто является варварским и иногда бессмысленным, в то время как в другом было бы неразумно ограничивать переводчика узким диапазоном слов его автора: «достаточно, если он выбирает выражение, которое не искажает смысла».

Особая роль переводчика в обществе хорошо описана в эссе, опубликованном в 1803 году Игнацием Красицким: «перевод... на самом деле это искусство, и оно достойно заслуженной оценки, и очень трудно, а потому не является трудом и частью обычных умов; это должно практиковаться теми, кто сам способен быть актером, когда они видят большую пользу в переводе чужих произведений, чем в своих собственных, и считают выше своей славы служение, которое они оказывают своей стране». С точки зрения Нида Е. А.: «перевод состоит в том, чтобы произвести на целевом языке наиболее близкий естественный эквивалент сообщения исходного языка, во-первых, по смыслу и, во-вторых, по стилю».

По словам В. Н. Комиссарова, «процесс перевода колеблется, переходя от формальных межъязыковых преобразований в область концептуальных отношений. Многие люди считают, что перевод – это легкая работа, и все переводчики предназначены для слов из текста в эквивалентные слова переведенного текста. Однако это не так, потому что

некоторые фразы, если переводятся буквально, не имеют смысла. Перевод – это очень сложный процесс, который должен учитывать многие факторы, такие как жанр и стиль исходного текста, компетенция переводчика, время, отведено под КТ и многое другое. Как и любая другая интерпретация, она должна передавать ощущение музыки и языка оригинала».

Поэтому задачей переводчика является не только передать значение слова или данного выражения, но и передать его образность и выразительность.

В ходе изучения того, как перевод может быть реализован в социальной жизни, Швайцер А.Д приходит к следующему выводу:

- с одного языка на другой, языки тесно связаны между собой;
- от одного литературного диалекта или наоборот;
- от древней формы языка до современного состояния того же языка.

В переводе всегда задействованы два текста. Первым является оригинальный текст, который создан независимо от остальных; второй текст создается на основе первого с помощью определенных операций – межъязыковых преобразований. Первый текст называется исходным текстом, второй – текстом перевода. Язык, на котором написан исходный текст, называется исходным языком, язык, на который выполняется перевод, называется целевым языком.

Методы перевода подробно описаны в теории перевода, и мы попытаемся применить эти методы к нашему языковому материалу. Мы предполагаем, что английские неологизмы могут быть переведены следующим образом:

1. Эквивалентно-русский неологизм, совпадающий с английским по смыслу и образу.

2. Аналогом является набор русского неологизма, эквивалентный по значению английскому языку, но полностью или частично отличающийся своими образами.

3. Описательный перевод — это перевод, который передает значение английского выражения свободным неологизмом. Описательные переводы используются, когда на русском языке нет эквивалента или эквивалента.

4. Антонимический перевод-передача значения отрицательной конструкции посредством положительной конструкции или наоборот.

5. Перевод клика или займа - этот метод используется, когда автор хочет подчеркнуть образы, используемые в английском неологизме, или, когда неологизм не может быть воспроизведен каким-либо другим способом.

6. Комбинированный перевод - в тех случаях, когда русский аналог не полностью передает значение английского выражения или другой определенный цвет того места или времени, мы даем перевод кредита с последующим описательный перевод и русский аналог для сравнения.

Допуская полный или частичный перевод кредита в отдельных случаях, автор исключает буквализм, то есть необоснованный перевод букв, искажающий смысл английского неологизма или противоречащий нормам современного русского языка.

Приведенные выше формы перевода не охватывают все возможные способы перевода неологизма в зависимости от контекста. Так называемые случайные ситуативные эквиваленты, используемые только для перевода неологизмов в одном конкретном контексте, занимают видное место в словаре. Эти эквиваленты подходят только для воспроизведения примеров и не могут использоваться для передачи значения неологизмов. Неслучайность этого эквивалента определяется исключительно особенностями контекста, одно и то же выражение может отображаться по-разному в разном контексте.

Неологизмы, пожалуй, не литературные и самая большая проблема профессионального переводчика. В технологии постоянно создаются новые объекты и процессы. Новые идеи и вариации чувств приходят из средств массовой информации. Термины из общественных наук, сленга, диалектов, включенные в основу языка, а вот переведенные слова и составляют остальное. Было заявлено, что каждый язык приобретает 3000 новых слов каждый год, но на самом деле неологизмы не поддаются точной количественной оценке, поскольку многие из них колеблются между расцветом и упадком, а многие являются недолговечными индивидуальными творениями.

В настоящее время, кажется, существует консенсус, что неологизм — это слово, которое выражает новую концепцию либо путем создания нового словарного элемента, либо путем придания нового значения существующему.

Словари отстают от изменений в языках. Новые слова, образные слова и фразы, сленговые и нецензурные слова изобретаются в языке так быстро, что ни один словарь не может и не должен их сразу регистрировать. Действительно, число неологизмов, появляющихся в средствах массовой информации в течение года, составляет десятки тысяч в развитых языках.

В период массовой коммуникации существуют поистине небывалые возможности для распространения и развития неологизмов. Уместным примером может служить язык прессы. Язык прессы обогащается неологизмами почти каждый день. Большая часть этих слов остается просто словосочетанием, а другие «слова-экспромты» постепенно переходят в лексику языка. Примером могут служить такие слова и словосочетания как «char hop» — стиль музыки, который включает в себя хип-хоп (Стиль Африканско-Американской городской музыки) с темами, словами и произношением, основанными на стереотипах английского языка высшего класса, формируется по аналогии из хип-хопа. «Char hop» дебютировал в

2007 году как изобретение рэп-музыканта Джима Берка. Выражение «char hop» происходит от комбинации хип-хопа, термин для афроамериканского городской музыкальный жанр и чаппизм, ностальгическая субкультура, основанная Густавом Темплом в конце 1990-х годов, которая олицетворяет британскую мужественность в предыдущего века.

Еще одним неологизмом, обозначающим музыкальный жанр, является «country-and-eastern» – стиль музыки, сочетающий в себе элементы как североамериканской «country-and-western» музыки, так и Восточной, ближневосточной или азиатской музыки. Лексема имеет указание на музыкальный стиль, а также упоминание географических особенностей— сочетание западного стиля кантри и восточной, азиатской музыки. Интересно отметить, что именно название стиля — страна, которое является первичным элементом, и это явно показывает географический параметр этого стиля, в то время как второй элемент является географической номинацией — восточный. С помощью укорочения формируются следующие неологизмы, указывающие на происхождение музыки:

- «J-pop» — поп-музыка из Японии;
- «K-pop» — поп-музыка из Кореи;
- «Scandipop» – поп-музыка из Скандинавии.

Следует отметить, что ссылка на научную фантастику встречается в английских неологизмах, называющих телевизионные программы и жанры литературы и кинематографии:

- «lab lit» – литература, которая включает в себя некоторую подробную научную информацию как часть истории;
- «cli-fi» – литературный или кино жанр с участием антиутопических историй о Земле, пострадавшей от экстремального изменения климата;

- «decorpunk» – книги, фильмы или игры, которые применяют элементы научной фантастики или фантазии к историческим установкам, которые отображают эстетику ар-деко;

- «nerdku-a haiku», имеющее научную или техническую тематику, или относящееся к произведению научной фантастики или фэнтези.

В системе английских неологизмов большое значение имеет также номинация программы или фильма путем определения его жанровых или характерных особенностей. Следует констатировать популярность и распространение номинаций телевизионного контента на основе их жанра или смеси жанров. Наиболее распространенным примером является новое слово с нейтральной коннотацией:

- «dramedy» – драматическая комедия;
- «romcom» – романтическая комедия;
- «warmedy» – комедия с семейно-ориентированным содержанием.

Оно означает некоторое смешение жанров, а также имеет некоторый коннотативный заряд, а именно позитивное эмоциональное отношение, выраженное в компоненте теплый (добрый и дружелюбный) таким образом, что заставляет других чувствовать себя комфортно), которое ассоциируется с семейным комфортом и теплом.

Особое внимание следует обратить на неологизм «docusoap», который также имеет в своем значении смесь жанров, но обозначает телевизионный документальный сериал, в котором жизнь людей, снятых представлены в стиле мыльной оперы. Несомненно, этот неологизм «заимствует» критическое коннотативное отношение из исходного слова мыльная опера, показанного в определении через компонент в стиле мыльной оперы и в самом слове «docusoap». Как правило, люди считают такие фильмы поверхностными и поверхностными. Отдельно стоит отметить новые слова, обозначающие ТВ программы, реалити-шоу, популярные в западных странах и представляет собой один из реалии культурной жизни:

- «celebreality» – или связанные с реалити-шоу, которые показывают знаменитости, а не простые люди;
- «reality soap» – сериал, в котором нет профессиональных актеров, но которые показаны в инсценировке ситуаций;
- «structured reality» – реалити-шоу, в котором место и сценарий, выдуманный режиссером, но взаимодействие между участниками является несанкционированным.

Эти слова помогают объяснить особенности современного западного кинематографа-такие как описание жизни знаменитостей (celebreality) или участие любителей (reality soap). Мы считаем, что неологизм «structured reality» довольно интересно, поскольку оно обозначает программу, в которой место и сценарий придуманы продюсером, но взаимодействие между участниками не прописано. В последние годы было отмечено, что термин «gender» широко используется для признания социальных и культурных различий, которые обычно ассоциируются с мужчинами и женщинами в обществе. Поскольку гендер социально сконструирован, а не врожден, мы изучаем гендерные нормы через взаимодействие с людьми и культурными текстами и объектами. Социализация-это пожизненный процесс, в ходе которого люди изучают нормы и ценности общества, в котором они живут. Частью этого процесса является гендерная социализация. Основные агенты социализации-семья, сверстники, образование, религия и СМИ—учат нас гендерным нормам и потенциальным последствиям, если эти нормы будут оспорены (Leavy & Trier-Bieniek, 2014:) 4). Гендерные роли диктуют, что считается приемлемым для мужчин и женщин с точки зрения поведения, карьеры, воспитания детей, стиля одежды и так далее. Поэтому неудивительно, что даже среди новых слов, обозначающих кинематограф, мы смогли проследить неологизм, обладающий гендерной составляющей: «guy cry», часто относящийся к фильму, который доводит зрителей—мужчин до слез.

Прежде чем приступить к анализу неологизмов, связанных с литературными явлениями, считаем необходимым упомянуть еще об одном новом слове "переходного" характера: «lit flick» - фильм, адаптированный из романа определенной литературной ценности.

Как было ранее упомянуто, литературные жанры, представленные английскими неологизмами:

- «chick lit» – жанр романов, предназначенных для женщин, обычно написанных женщинами и с женщинами-героями;
- «lad lit» – жанр романов, предназначенных для мужчин, обычно написанных мужчинами и с мужчинами-героями;
- «gran-lit» – литература, которая обращается к пожилым женщинам.

Все эти новые слова связаны гендерной составляющей: данный вид литературы ориентирован на женщин, мужчин и пожилых женщин. В первом случае компонентом, указывающим на пол, является лексема «chick»-женщина (это слово обычно считается оскорбительным). К сожалению, такая негативная коннотация прослеживается на всех уровнях языка и проявляется даже в неологизмах с литературной тематикой. В остальных случаях гендерная лексема нейтральна: «lad»—мальчик или gran (от grandmother).

Следующие неологизмы представлены единицами, которые обозначают жанры литературы:

- «lab lit» – литература, которая включает в себя подробный научную информацию как часть истории;
- «cli-fi» – литературным или кинематографический жанра антиутопии, при котором Земля разрушается от экстремального изменения климата;
- «slash fiction» – фантастика, как правило, публикуемая в интернете, основываемая на однополых сексуальных отношениях между двумя существующими персонажами, которые сексуально не связаны в

оригинальных произведениях, например, Капитан Кирк и мистер Спок из «Star Trek»;

- «chick noir» – стиль литературы, написанный для женщин, который совершили преступление.

В этих единицах внимание обращается не на читателя, выделяя гендерный компонент, а на характерную особенность жанра (lab lit, cli-fi), сексуальный характер (slash fiction), детективную манеру (chick noir) и т. д. Проанализируем неологизм chick noir, поскольку он включает в себя как гендерную составляющую, так и жанровые особенности: *«I'd define "chick noir" as psychological thrillers that explore the fears and anxieties experienced by many women. They deal in the dark side of relationships, intimate danger, the idea that you can never really know your husband or partner... (Lucie Whitehouse, novelist, The Independent)»* (Я бы определила «chick noir» как психологический триллер, исследующий страхи и тревоги, присущие многим женщинам. Они имеют дело с темной стороной отношений, интимной опасностью, мыслью о том, что вы никогда не сможете по-настоящему узнать своего мужа или партнера.)

Слово «Noir» относится к типу литературы в каких можно встретить смелых и жестоких персонажей и мистические и / или преступные действия. Это понятие в свою очередь относится к термину «film noir». Слово нуар относится к типу фильмов или литературы, в которых сильный, иногда жестокие персонажи вовлечены в таинственные и / или криминальные события. Он часто выступает в качестве сокращенной ссылки на фильм «Noir», кинематографический жанр криминальной драмы, который датируется 1940-м годом. Термин представляет собой перевод на французский язык «черный фильм» и его производство часто приписывают Нино Франку, французскому кинокритику, известному своими отрицательными высказываниями в адрес темнокожих людей.

Подводя итоги нашего исследования становится ясно, что в процессе перевода неологизмов возникают трудности, которые вызваны незнанием контекста или отсутствием дополнительных лингвистических условий. Из этого можно сделать вывод, что знания языка недостаточно, чтоб найти правильный вариант слова в изучаемом языке.

2.2 Заимствованные неологизмы и процесс их ассимиляции

Английский язык-носитель более чем 15-вековой истории, отраженной в письменных источниках. В ходе своего развития английский язык оказался под огромным влиянием нескольких языков, среди которых можно выделить латынь, французский и древнескандинавский языки. Большая часть заимствований в английском языке объясняется рядом исторических причин.

Римская цивилизация, будучи основоположником развития католицизма и образования, использовала латынь. Древнескандинавский был языком пиратов и завоевателей, находившихся на одном уровне социального и культурного развития.

Французский язык (точнее, его Нормандский диалект) был языком знати, которая принесла с собой неизученное представление о феодализме и заведомо считавшись языком высших классов и чинов, а также языком официальных документов и школьного образования с середины XII века до конца XV века. При изучении заимствованного элемента в английском языке основной акцент, как правило, делается на Среднеанглийский период. Что касается заимствований более поздних периодов, они стали объектами изучения лишь в последние годы. Эти исследования показали, что поток заимствований был устойчивым и бесперебойным. Самое большое количество заимствований пришло из Франции. Все они тесно связаны с

общественно-политической, научной и культурной жизнью. Большая часть заимствований (53%) приходится на научно-технические термины.

Количество и характер заимствованных слов говорят нам об отношениях между народами, об уровне их культуры и т.д. Возможно поэтому заимствования и называют отголосками истории. Если обратить внимание на количество заимствований в английском языке и распределить их по группам в соответствии с их значением, мы получим много ценной информации о политическом, экономическом и культурном развитии Англии, а также о дипломатических отношениях с близлежащими странами. Некоторые заимствования, к сожалению, не могут быть объяснены прямым влиянием определенных исторических условий, и не могут образовываться с объективной или идейной точки зрения. Такие слова, как «воздух», "место", "храбрый", "веселый", заимствованные из французского языка.

Следует отметить, что, исторические причины заимствований изучены весьма тщательно изучены, в то время как лингвистические причины до сих пор нуждаются в кропотливом изучении.

Количество и характер заимствований зависят не только от исторических условий, характера и продолжительности контактов, но и от степени генетической и структурной близости соответствующих языков. Чем географически ближе языки, тем глубже и неоднозначнее влияние. Это в значительной степени объясняет ярко выраженный контраст между французским и скандинавским влиянием на английский язык. Таким образом, под влиянием скандинавских языков, которые были тесно связаны со старым английским, были заимствованы некоторые классы слов, которые не могли быть приняты из неродственных или отдаленно родственных языков (местоимения они (they), их (their), их (them); ряд скандинавских заимствований определялись как производные от родных слов (хотя у слов был одинаковый корень, поэтому легко просматривалась связь), например, drop (англ.) — drip (сканд.), true (англ.)- tryst (сканд.). Скандинавское влияние

даже ускорило до известной степени развитие грамматической структуры английского языка.

Заемствования приходят в язык двумя путями: устной речью (прямой контакт между народами) и письменной речью (косвенный контакт через книги и т. д.).

Устные заимствования имели место в основном в ранние периоды истории, в то время как в последние годы письменные заимствования стали важными. Слова, заимствованные устно (например, L. inch, mill, street), обычно короткие и претерпевают значительные изменения в акте усвоения. Письменные заимствования (например, коммюнике, художественная литература, наивность) сохраняют свою орфографию и некоторые особенности своей звуковой формы, их усвоение – длительный и трудоемкий процесс.

Хотя заимствованные слова претерпевают изменения в принимающем языке, они сохраняют некоторые из своих прежних характеристик в течение относительно длительного периода времени. Это позволяет разработать некоторые критерии для определения того, принадлежит ли слово заимствованному элементу. Заимствования как средство пополнения лексики современного английского языка гораздо менее важны и активны преимущественно в области научной терминологии. Следует отметить, что многие термины часто состоят из заимствованных морфем, в основном из морфем классических языков.

Современная английская лексика, особенно ее терминологические слои, постоянно обогащается словами, состоящими из морфем латинского и греческого происхождения, такими как слова с морфемами «-трон», используемые преимущественно в области электроники, такие как: мезотрон, циклотрон и др.; «теле-», например, телешоу, теледиагностика; «-область», например, иконоскоп, осциллограф; «мета-», например, мета-культура, метапрограмма; «пара»-значение, связанное с тем, что есть, например,

паралингвистическими, *barbiefairy*; «видео», такие как DVD-диски, видеотелефон и т. д. Но хотя эти слова состоят из заимствованных морфем, их нельзя считать истинными заимствованиями, потому что эти слова не были ни в греческом, ни в латинском слове-запасе. Все они фактически образованы моделями английского словообразования, и многие функционируют в современном английском как новые аффиксы и полуаффиксы.

Существуют также истинные заимствования из разных языков. Они обычно отражают образ жизни, особенно развитие речевых сообществ, из которых они происходят. Из русского языка пришли такие слова, как колхоз, Госплан, комсомол, барабанщик, Спутник, Як и др. Слова, заимствованные из немецкого языка во время войны, отражают агрессивный характер немецкого фашизма, например, «блицкриг» (агрессивная война, ведущаяся с молниеносной скоростью и силой), «Вермахт» (германские вооруженные силы), «Люфтваффе» (воздушные силы Третьего Рейха). Поскольку большинство этих слов не ассимилированы в современном английском языке, они всегда чувствуют себя иностранными словами и имеют тенденцию выпадать из языка.

Калика-как одна из таких тенденций, становится крайне популярной единицей языка и широко используются народными массами, такие слова, например, как «*tovaristsch*», «*Socialists democracy*», «*Rabochiy facultet*» и т. д. которые все происходят из русского языка.

Период между концом XX-го и начала XXI веков сталкивается с появлением большого количества новых слов, в основном из-за изменений в политике, науке, культуре и т. д. С лингвистической точки зрения, этот период времени можно охарактеризовать как столкновение двух тенденций. Носители языка склонны создавать новые слова (что можно объяснить желанием носителей языка выразить свою идентичность), но создание

неологизмов обычно встречает некоторую критику со стороны носителей языка-сторонников стандартного языка.

В последние десятилетия исследователи сосредоточились на так называемых «смешанных языках» – продуктах смешения английского языка с другими языками. Интернет добавил к сайтам Japlish, Spanglish, Unkranish, Russish и т. д.

Процесс ассимиляции на языке реципиента проходит несколько этапов. Так Стрекалова выделяет пять этапов усвоения заимствованных слов в русском языке. На первом этапе используется слово «как есть», фонетическая и орфографическая форма которого остается неизменной, как и в языке оригинала. Следующий этап предполагает усвоение слова реципиентом посредством транскрипции или транслитерации. Вновь заимствованное слово развивает характеристики определенной части речи в языке-реципиенте. На третьем этапе слово входит в употребление говорящих и теряет свою новизну. Четвертый этап предполагает окончательное развитие семантики слова с дальнейшей утратой жанровых и стилистических особенностей, которые оно имело в языке-доноре. На заключительном этапе, слово, зарегистрированное в словарях языка-носителя, несмотря на сложность этого процесса. Однако с развитием информационного общества, влияющего на процесс ассимиляции, даже недавние заимствования теперь могут быть легко интегрированы в язык реципиента с дальнейшей ассимиляцией в него. Растущее влияние английского языка на языки с приставки «-lish» и другие языки кажется очевидным. Он основан на ряде политических, культурных и социальных факторов – таких как позиция США на международной арене, в науке и технике, в сфере образования. Французский лингвист К. Бертран считает это влияние ведущим фактором в создании «языка новой эпохи».

Согласно последним исследованиям русских и зарубежных лингвистов, некоторые сферы деятельности, как правило, усваивают лингвистические

заимствования из американского английского языка быстрее, чем другие. Например, высокий процент новых слов появляется в области науки (новые термины). Эта тенденция прослеживается в любом языке. Как отмечает Г. Иванова, более 90 процентов новых слов в языке-это термины, придуманные или заимствованные для конкретных целей.

Английский язык продолжает играть важную роль в качестве основного источника заимствования сленгизмов, хотя некоторые лингвисты утверждают, что современные языки, похоже, менее открыты для новых заимствований.

В последние десятилетия наблюдается рост роли Интернета в процессе лексического заимствования. По данным 2011 года, более 80% пользователей Интернета (неносители языка) хорошо владеют разговорным и письменным английским языком. Развитие интернета требует определенного сжатия языка для создания нового социального диалекта пользователями Интернета.

Сегодня Интернет способствует процессу усвоения новых языковых единиц в других языках. Андруцопулос, например, отмечает, что большое количество американизмов приходит в язык молодого немца через Интернет.

Американские лингвисты подчеркивают растущую скорость обновления в сленге (среди молодежи этой возрастной группы наиболее склонна к нетрадиционному использованию языка) в последние годы наряду с растущим социальным и творческим воздействием интернета, популярностью телевизионных постановок и практически полным доступом к онлайн-коммуникации. Высокие показатели американского ТВ-шоу в США и других странах содержат американизмы «мигрировать» на испанский, французский, немецкий, русский и другие языки.

Существует несколько способов, с помощью которых английский язык активно расширяет словарный запас других языков. Как и следовало ожидать, наиболее распространенным, по-видимому, является то, где слово английского происхождения принимается, но изменяется морфологически,

чтобы отразить нормы других языков. Однако гораздо чаще английское слово принимается и вместо того, чтобы быть переведенным, изменяется, чтобы отразить орфографические соглашения усыновительного языка, процесс, иногда называемый транслитерацией. Русский язык наряду с другими языками сталкивается с огромным влиянием американского английского. Примером может служить слова, часто употребляющиеся в Интернет-ресурсах, например:

- «Tovarischt» (товарищ) – в значении близкий друг.
- «Hyper-documentation» – означающее исчерпывающуюся и непрерывная запись деталей и событий своей жизни, особенно когда она отличается от «жизни в социальных сетях». Впервые данное слово было употреблено в 2013 году Катариной Шваб, в социальной сети Snapchat и мгновенно стало популярным. В то время как фотоальбомы используются для обозначения некоторого уровня важности, вездесущность Facebook и популярность документирования обыденного создали ситуацию, когда решение не документировать что-то имеет тенденцию придавать ему больше смысла. В результате эфемерный обмен мгновениями на Snapchat начинает освобождать пользователей от напряженности, вызванной «гипер-документацией».

- Или же примером может послужить такое социальное явление как «Thumb Culture» (культура большого пальца) которое сыскало популярность в Японии. Действительно, Япония является образцом культуры беспроводных развлечений. NTT DoCoMo, крупнейшая беспроводная компания этой страны, удивила и преобразила страну с помощью сервиса под названием «I-mode», который позволяет абонентам получать доступ к играм и другим онлайн-развлечениям по беспроводной сети. Услуга «i-mode» требует специального сотового телефона с немного большей диагональю, нежели чем у обычного экрана. Технология «I-mode» феноменально популярна, порождая «культуру большого пальца».

Так же, неологизмы практически всегда используются в социальных сетях. Их роль там обусловлена сокращением написания слова или целого выражения. Примером может стать следующее слова, широко употребляющееся на просторах всемирной паутины:

- «Hype cycle» (в значении шумиха) было впервые использовано в 2001 году Джеком Фенном, редактором Financial News, в значении последовательности событий, переживаемых чрезмерно раскрученным продуктом или технологией, включая пик нереалистичных ожиданий, сопровождаемый долей разочарования, когда эти ожидания не оправдываются. Касаясь современного английского языка, «hype cycle» переводится дословно как «круг хайпа». Слово «Хайп» потеряло свое негативное значение и теперь это выражение означает нереальную популярность, предмет, который все хотят.

- Другим словом может послужить слово, наиболее часто употребляющееся в социальной сети «Twitter-Eco-sexual». Впервые употребленное Джоном Раймоном в 2006 году, «eco-sexual» – означает человека, который всегда борется за сохранение окружающей среды, посредством навязывания своего мнения.

Такое воздействие английского языка на русский и другие языки, вероятно, может быть обусловлено демократизацией и либерализацией, которые происходят во всем мире. В условиях глобализации во многих странах роль английского языка в процессе «неологизации» в целом и американского английского в частности возросла. В последние годы исследования проводились в области неологии с целью изучения процессов неологизации и ассимиляции новых единиц в языковом сообществе. Максвелл описывает способы интеграции американизмов в другие языки мира как процесс заимствования нового слова с изменением его морфологической структуры в соответствии с нормами реципиентного языка. Он утверждает, что несколько языков, таких как русский, датский,

итальянский, сербский и польский, являются языками с наибольшим процентом прямых заимствований из американского английского, в то время как носители других языков, как правило, переводят заимствованные неологизмы. Хотя процессы ассимиляции давно находятся в фокусе внимания русской лингвистики, этот аспект, как правило, остается спорным. Эта полемика проистекает из трудностей в определении таких понятий, как заимствование и «calque» (а также кредитная смесь и частичная «calque») и в создании схем когнитивной адаптации новых заимствований. Кроме того, ученые до сих пор не разработали всеобъемлющей классификации новых единиц. Тем не менее, в неологии можно выделить определенные типы неологизмов относительно уровня ассимиляции. Таким образом, можно говорить о не ассимилированных заимствованиях (в произведениях В. Елисеевой, называемых варварствами) (без изменения орфографической структуры), частично ассимилированных (с частичной ассимиляцией орфографической структуры) и полностью ассимилированных (с полной трансформацией заимствования по орфографической системе языка получателя). Л. Сон рекомендует различать заимствованные слова и заимствованные значения. Так, классификация Л. Соны включает в себе не ассимилированные «неологизмы-значений» (не принятых литературными стандартами) и ассимилированные «неологизмы-значений» (зарегистрированных в словарях и используемых в терминах норм литературы). А. Дубенец предлагает классификацию, основанную на частоте новых заимствований и способе их заимствования (письменная или устная форма).

В отличие от принятия и транслитерации английских слов, другой процесс, который кажется общим для всех исследуемых нами языков, - это включение английских слов с точки зрения формы, но не значения. Другими словами, английские слова принимаются в лексикон, но получают значение, которое уникально для языка усыновления и не обязательно имеет какое-

либо отношение к первоначальному английскому значению. Иногда семантическая связь ясна. В итальянском языке, например, слово «fiction» означает «сериал», слово «discount» используется для описания дешевого супермаркета, а «after-hours» – это клуб, который открыт всю ночь. Польски слово «billing» означает «детализированный счет», а по-голландски «lunchroom» – это кафе, продающее сэндвичи. В других случаях связь более тонкая, как в итальянском «лифтинге», что означает «подтяжка лица», польский адаптер, что означает «проигрыватель» и голландский кафе, которое не только продает кофе, но и марихуану. Иногда использование английского слова другим языком приносит с собой очень специфические коннотации. Например, в голландском языке одиночество подразумевает осознанное решение не вступать в отношения.

И наоборот, языки иногда принимают английские значения, но применяют их к своим собственным формам. Так, например, польское слово «warsztat» (мастерская) расширило свой диапазон значений для обозначения образовательного мероприятия, известного как мастерская, а также комната, полная инструментов. Польское слово «dokładnie», означающее «точно» в смысле «тщательно, с вниманием к деталям», теперь под влиянием английского языка приобрело смысл выражения согласия, как в «Да, точно!». Другим распространенным явлением является принятие и расширение, образно или иначе, первоначального смысла английского слова. Так, например, на сербском языке провайдер – это не просто провайдер (интернет-провайдер), а человек, у которого вы можете купить домашнюю еду или напиток, а глагол «ulogovati», означающий «войти в систему», также может означать «идти после пробуждения». В голландском языке «shoppen» (шоппинг) описывает рекреационное преследование, а не просто ежедневную рутину покупки бакалейных магазинов.

Таким образом, в рамках нашего исследования мы можем выделить три общих способа, которыми английский язык в настоящее время влияет на развитие лексики:

1) адаптация (транслитерация) английских терминов в соответствии с орфографическими конвенциями в усыновительном языке;

2) принятие английских слов в форме, которые затем получают новое использование;

3) «оптовое» принятие новых английских слов как с точки зрения формы, так и значения.

Последнее было отправной точкой наших исследований, и, похоже, есть определенные доказательства того, что английские неологизмы оставляют свой след в других языках, которые, похоже, заимствуют терминологию для концепций XXI-го века, которые в основном возникли в англоязычном мире.

Интеграция и ассимиляция заимствованных неологизмов-сложный процесс. С глобальным влиянием американского английского языка в мире, исследование проведенные в области геологии может помочь получить представление о характере этого процесса и прогнозировать будущие тенденции в развитии различных языках.

Наши исследования показывают, что английский язык, несомненно, имеет большое влияние на развитие лексики других языков, и с интернетом теперь неотъемлемой особенностью повседневной жизни, способность английского языка «опылять» другие языки может только увеличиваться.

Выводы по ГЛАВЕ II

Во второй главе мы сталкиваемся с проблемами перевода неологизмов в языке. Там мы обсудили, есть теоретические и практические трудности перевода неологизмов. Как известно, перевод-это своего рода нравственное, культурное и духовное богатство и деятельность человека. Это восходит к древней истории и всегда играет значительную роль в культурной истории народов и мировой культуры в целом. Процесс перевода колеблется, переходя от формальных межязыковых преобразований к области концептуальных отношений.

Многие люди считают, что перевод-это легкая работа, и все переводчики пытаются адаптировать неологизмы к эквивалентным словам. Однако, это не так, потому что некоторые фразы, если перевести буквально, не имеет смысла. Перевод-это очень сложный процесс, который должен учитывать множество факторов, таких как жанр и стиль оригинального текста, компетенции переводчика, время, отведенное на проект, и многое другое. Как и любой другой перевод, он должен передавать значение слова или предложения на языке оригинала.

Неологизмы, пожалуй, самая большая проблема профессионального переводчика. В технологии постоянно создаются новые объекты и процессы. Новые идеи и вариации на тему чувств приходят из средств массовой информации. Термины из общественных наук, сленг, диалект, входящие в основное русло языка, передаваемые слова, составляют остальное

В этой главе мы попытались раскрыть основные способы перевода и показали их на практических примерах. Методы перевода были подробно описаны в теории перевода, и мы попытались применить эти методы к нашему языковому материалу.

Из нашего исследования становится ясно, что переводчику трудно переводить неологизмы, не осознавая дополнительных лингвистических условий. Знания языка недостаточно, чтобы найти соответствующий вариант слова на английском языке. Переводчик должен знать средства словообразования, морфологию, производные аффиксы и другие языковые единицы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. В этот момент английский, как и многие другие языки, переживает "неологический бум". Большое количество новых слов и необходимость их толкования привело к созданию особой отрасли лексикологии-неологии – науки о неологизмах. Там мы рассмотрели лингвистическую интерпретацию феномена неологии и дали различные определения термина неологизм, предложенные разными исследователями. Таким образом, неологизм-это новое слово или фраза, или новое значение существующего слова, или слово, заимствованное из другого языка. Кроме того, мы показали эволюцию неологизма, т. е. этапы, через которые должно пройти слово, чтобы войти в язык.

2. Сейчас, когда мы живем в эпоху глобализации, создается много объектов и создается много новых слов для их названий. Нет сомнений в том, что английский язык сегодня является наиболее широко используемым языком международного общения. Слова и выражения рождаются, живут короткое время, а затем умирают или находят свое место в нашем словаре в соответствии с временной или постоянной природой описываемых ими явлений. В данном исследовании мы попытались выявить наиболее продуктивные сферы человеческой деятельности. Соответственно, есть 4 ведущие области, то есть отношения между мужчинами и женщинами, компьютерные технологии, культура и наука. Где бизнес и язык выглядят более или менее стабильными.

3. Продуктивность словообразования означает изменение от времени к времени неологизмов. Теоретические результаты исследования позволяют выдвинуть следующую гипотезу: высокая конверсионная продуктивность отражается в речи, где можно найти многочисленные случайные конверсионные случаи, которые не зафиксированы в словарях и которые

происходят мгновенно, в связи с непосредственной потребностью в ситуации. Конверсия считается одним из основных способов обогащения словаря новыми словами. Однако недавние исследования, к примеру, доказывают, что эффективность производных слов во многом относительна. Более того, нет абсолютно продуктивных средств, деривационные паттерны и деривационные аффиксы имеют разную степень продуктивности. Каждая часть речи характеризуется своим набором продуктивных моделей словообразования.

4. Развитие новых значений в существующих словах доказывает еще один плодотворный источник новой лексики. Семантическая экспансия- это качественный аспект роста словарного запаса. Традиционно существуют такие семантические процессы, как метафора, метонимия, расширение или обобщение значений, специализация или сужение значений, пиролиз и мелиорация. Среди них преобладает метафора.

5. Методы перевода были подробно описаны в теории перевода, и мы попытались применить эти методы к нашему языковому материалу. Мы предполагаем, что английские неологизмы могут быть переведены при помощи следующих средств: 1) Путем Эквивалента – то есть, с неологизмом, который совпадает с английским по смыслу и образу. 2) Посредством Аналога – набор неологизмов, который эквивалентен английскому по смыслу, но отличается полностью или частично своей образностью. 3) При помощи Описательного перевода – перевода, который передает значение английского выражения со свободным неологизмом. Описательные переводы используются, когда в словаре нет эквивалента или аналога. 4) Антонимический перевод – значение переноса отрицательной структуры с использованием позитивной конструкции или наоборот. 5) Калькирование – метод используется, когда автор хочет подчеркнуть образы, используемые в английском неологизме или, когда неологизм не может быть передан каким-либо другим способом. 6) Комбинированный русский перевод – в тех

случаях, когда русский аналог не полностью передает значение английского выражения или имеет другой специфический цвет места или времени, мы даем калькированный перевод с последующим описательным фрагментом и русским аналогом для сравнения.

6. Процесс ассимиляции в языке говорящего проходит несколько этапов. Мы выделяем пять этапов обучения заимствованию на русском языке. На первом этапе используется слово «как есть», фонетическая и орфографическая форма которого остается неизменной, как и в языке оригинала. Следующий этап предполагает усвоение слова реципиентом посредством транскрипции или транслитерации. Вновь заимствованное слово развивает характеристики определенной части речи в языке-реципиенте. На третьем этапе слово входит в употребление говорящих и теряет свою новизну. Четвертый этап предполагает окончательное развитие семантики слова с дальнейшей утратой жанровых и стилистических особенностей, которые оно имело в языке-доноре. На заключительном этапе, слово, зарегистрированное в словарях языка-реципиента.

7. В практике переводческой работы проблема перевода неологизмов занимает видное место. Поэтому, если в тексте есть неологизм, которого нет в словаре, переводчик обязан определить его значение самостоятельно, с учетом словообразовательных элементов слова или исходя из контекста. При переводе неологизмов-заимствований основным средством раскрытия значения слова является контекст и, конечно же, словарь того языка, из которого заимствовано слово.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арбекова Т.И. Лексикология английского языка. -М.: «Высшая школа», 1977.-121с.
2. Арбекова Т.И. Лексикология английского языка. Учеб. пособие для II-III курсов ин-тов и фак.иностр.яз.-М.: Высш.шк., 2007. -240с
3. Арнольд И.В. Семантическая структура слова и методика ее исследования. - М.: Просвещение, 2006.- 169с.
4. Беляева Е.И. Семантическое содержание и прагматический диапазон языковых форм // Семантические и функциональные аспекты германских и романских языков. Тезисы докладов и сообщений межвузовской научной конференции. - Курск, 2002.-232 с.
5. Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртенэ и современная лингвистика. Способы номинации и мотивации композитообразований.- Казань: Изд-во Казанского Ун-та, 2001 Т-1,-187с.
6. Борисова Л.И. Особенности перевода общеупотребительной и общенаучной лексики с английского языка на русский. - М.: ВЦП, 2000,-171с.
7. Дубенец Э. М. Лексикология английского языка – КАРО, 2004.-192 с
8. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. М.: «Высшая школа». 1989.-124с.
9. Комиссаров В.Н. Пособие по переводу.- Москва,1960.-159с
- 10.Кубрякова Е. Номинативный аспект речевой деятельности. Москва, 1986.- 159
- 11.Леонтьев А.А. Семантическая структура слова. Психолингвистические исследования, 2001. - 216 с
- 12.Матюшенков В.С. Dictionary of slang in North America, Great Britain and Australia. М.: «Флинта», «Наука», 2002.-176с

13. Мурашкевич А.М. Англо-русский словарь по авиационному оборудованию и бортовым системам. В 2 томах. Том 1. Буквы А-М. Том 2. Буквы N-Z. 2003. - Около 45000 терминов.
14. Нелюбин Л.Л. Компьютерная лингвистика и машинный перевод. М., Воениздат, 2002. - 672 с.
15. Швейцер А.Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты. - Москва, 1988. - 216 с.
16. Andrew Carstairs-McCarthy, - Edinburgh University Press Ltd, 2002. - 151
17. Arnold I.V. The English word. - Москва, 1986. p.295
18. Berrios G. E. (2009) Neologisms. History of Psychiatry No9. - P.20-23
19. Cacciare C. The place of idioms in a literal and metaphorical world. - Hillsdale,
20. Coinage Bauer, Corpora and Lexis, Macmillan, 2001. - 39 с.
21. Dalzell Tom. The Power of Slang. // Do you speak American? -
22. Dryden J. "Poetry and its translation" London, 1683
23. Edvard Lamb, Concept analysis of relation , 1998: 265
24. Fifty years among the new words, a dictionary of neologisms, 1991, John Algeo
25. <http://www.pbs.org/speak/words/sezwho/slang/> Foster Br. The Changing English
26. International, 1988. - p.292
27. Joseph, Brian D. and Richard D. Janda. 1988. "The how and why of diachronic morphologization and demorphologization". In: Hammond, Michael T. (Ed.). Theoretical Morphology. 193-210.
28. Kehoe, Andrew and Antoinette Renouf. 2002. "WebCorp: Applying the Web to Linguistics and Linguistics to the Web". WWW2002 Conference, Honolulu, Hawaii. Available via 2002.org/CDROM/poster/67/. Last accessed October 24, 2011.

29. Kerremans, Daphné, Susanne Stegmayr and Hans-Jörg Schmid. 2012. "The Neo-Crawler: identifying and retrieving neologisms from the Internet and monitoring on-going change". In: Allan, Kathryn and Justyna Robinson. (Eds.). *Current Methods in Historical Semantics*. Berlin: Mouton de Gruyter. 59-96.
30. Kim, Yunhyong and Seamus Ross. 2010. "Formulating representative features with respect to genre classification". In: Mehler et al. 129-148.
31. Kristiansen, Gitte. 2008. "Style-shifting and shifting styles: A socio-cognitive approach to lectal variation". In: Kristiansen, Gitte and René Dirven. (Eds.) *Cognitive Sociolinguistics*. Berlin: Mouton de Gruyter. 45-90.
32. language. Ltd.: Macmillan, 1968. 263p
33. Lawrence Steve and C. Lee Giles. 1999. "Accessibility of information on the web". *Nature* 400: July 1999. 107-109
34. Lewis, David. 1969. *Convention*. Cambridge: Cambridge UP.
35. Libben, Gary. 2006. "Why study compound processing? An overview of the issues". In: Libben, Gary and Gonia Jarema. (Eds.). *The Representation and Processing of Compound Words*. Oxford: Oxford UP. 1-22.
36. Lipka, Leonhard. 1999. "Blairites, Teletubbies, Spice Girls, and Wheelie Bins – Neologisms, the Word of the Year, and the Nomination Function of 'Words'." In: Carls, Uwe. (Ed.). *Form, Function, and Variation in English. Studies in Honour of Klaus Hansen*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 41-48.
37. Mattiello, Elisa. 2008b. From sexgate to vallettopoli: Contrasting English and Italian combining forms. In Carla Vergaro (ed.), *Dynamics of language contact in the twenty-first century*, vol. 2, 177–190. Perugia: Guerra
38. Maxwell K. *Brave New Words: a Language Lover's Guide to the 21st century*. – KENT: Pan Books, 2007. -218 p
39. Newmark, P. *A Textbook of Translation*.- New York: Prentice-Hall
40. Peter Hohenhaus, *English Word Formation*, 1996: 139-142

41. Renouf, Antoinette and Laurie Bauer. 2000. "Contextual clues to word-meaning". *International Journal of Corpus Linguistics* 5. 231-258.
42. Sandra, Dominiek. 1990. "On the representation and processing of compound words: Automatic access to constituent morphemes does not occur". *Quarterly Journal of Experimental Psychology* 42. 529-567.
43. The Barnhart Dictionary Companion (Green J. Neologism. New words since 1960; Room A. Dictionary of changes in meaning)
44. Tuggy, David. 2005. "Cognitive approach to word-formation". In: Štekauer, Pavol and Rochelle Lieber. (Eds.). *Handbook of Word-Formation*. Dordrecht: Springer. 233-265.
45. Yaguello, Marina (1998). *Language Through the Looking Glass: Exploring Language and Linguistics*. Oxford: Oxford University Press.