

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НЕОЛОГИЧЕСКОГО
ПРОСТРАНСТВА В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ
МЕДИАДИСКУРСЕ**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 412 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
Факультет иностранных языков и лингводидактики
Зайцевой Юлии Викторовны

Научный руководитель
доцент кафедры английского
языка и методики его
преподавания, к.филол.н, доцент

Т.А. Спиридонова

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания
канд. пед. наук, доцент

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2022 год

Введение. Средства массовой информации являются неотъемлемой частью жизни каждого человека. Невозможно отрицать факт, что современные СМИ в значительной степени влияют на людей, их мышление. При помощи Интернета, телевидения, радио и газет формируется некая картина мира у аудитории, формируется мировоззрение относительно того или иного события или происшествия. Получая свежие новости, мы получаем сведения о развитии в различных сферах. В условиях постоянного развития язык тоже не стоит на месте и меняется вместе с жизнью вокруг, именно поэтому появление новых слов и понятий становится неизбежным.

Актуальность темы работы обусловлена необходимостью изучения и анализа новых языковых единиц, появляющихся в английском языке. Поскольку все новости узнаются из СМИ, именно там и предпринимаются попытки введения новых слов для обозначения нового понятия или явления.

Объект исследования – неологизмы в современном англоязычном медиадискурсе.

Предметом исследования являются особенности формирования неологического пространства в современном англоязычном медиадискурсе.

Целью исследования является изучение понятия неологического пространства и способов его формирования в англоязычном медиадискурсе.

Гипотеза: появление неологизмов в 2020-2022 г. обусловлено необходимостью создавать лексические единицы, соответствующие изменениям в обществе ввиду его постоянного развития. При этом активность в сферах словотворчества напрямую связана с масштабами изменений, происходящих в соответствующих областях жизнедеятельности человека.

Для достижения цели необходимо выполнить следующие **задачи**:

1. рассмотреть понятие и сущность медиадискурса, изучить его типологию;
2. изучить медиатекст как составляющую медиадискурса, определить его особенности и характеристики;
3. исследовать понятие «неологизм», его особенности словообразования;

4. проанализировать сферы появления неологизмов.

В работе использовались следующие **методы исследования**: анализ, обобщение теоретических подходов, описательный метод, компонентный анализ, метод словообразовательного анализа.

Методологической и теоретической базой послужили работы следующих авторов: Добросклонской Т.Г., Желтухиной М.Р., Чичериной Н.В., Котеловой Н.З., Тогоевой С.И. и др.

Материалом исследования послужил блог «New Words» в онлайн версии Cambridge English Dictionary. Всего было проанализировано 307 неологизмов, взятых из блога New Words в Cambridge Dictionary (онлайн-версия) за период с 2020 по 2022 год. Кроме того, исследованию подвергались материалы из современных британских медиаисточников: Forbes, The Guardian, The Times, Independent, Telegraph, The Observer, Daily Mail, New York Times, Fox News, Business Times, CCN, Sunday Times, The Sun и др.

Научная новизна исследования заключается в том, что изучены неологизмы, взятые из современных англоязычных газет за последние два года. Также выявлены сферы и причины их появления.

Теоретическая значимость исследования – работа вносит определенный вклад в исследование специфики формирования неологического пространства в современном англоязычном медиадискурсе.

Практическая значимость состоит в том, что описание специфики формирования и функционирования неологического пространства и результаты исследования могут быть использованы в курсах лексикологии, стилистики и культуры речи для студентов филологических факультетов.

Апробация исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского с декабря 2021 г. по апрель 2022 г. на факультете иностранных языков и лингводидактики. Результаты исследования были представлены на 74 (11) Ежегодной студенческой научной конференции 21-22 апреля 2022. Тема доклада: «Особенности формирования неологического пространства в современном англоязычном медиадискурсе».

Структура работы обусловлена логикой раскрытия темы и задачами исследования. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Во введении формулируются цели и задачи исследования, обосновывается актуальность работы, указываются методы исследования, определяются теоретическое и практическое значение изучения.

В первой главе рассматриваются понятия медиадискурса, медиатекста и неологизма, а также изучаются способы словообразования исследуемых языковых единиц.

Во второй главе представлен анализ сфер появления и функционирования неологизмов в современном англоязычном медиадискурсе.

В заключении подводится итог проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

Основное содержание. Для начала определим ключевые понятия данного исследования.

Медиадискурс – совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере СМИ.

Медиатекст – это продукт речевой деятельности, сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа и предназначенное для восприятия аудиторией визуально, зрительно и на слух одновременно. Особенность такого коммуникационного продукта заключается в том, что он включен в разные медиа структуры с использованием различных компонентов, что обеспечивает целостность его восприятия.

С учетом всех характеристик и особенностей, медиатексты различаются по следующим принципам:

- способ производства текста: авторский / коллегиальный;
- форма создания: устная / письменная;
- форма воспроизведения: устная / письменная;
- канал распространения: печать / радио / телевидение / Интернет;

- функционально-жанровый тип текста: новости / комментарий / публицистика / реклама;
- принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику.

В современном мире средства массовой информации являются ежедневным источником последних новостей, которые распространяются напрямую, в реальном времени и с незначительной разницей в публикации в зависимости от канала распространения. Любой человек может узнать обо всем, что происходит во всем мире, что не исключает взаимопроникновение языков, обмен различными словами, выражениями и оборотами.

Данный процесс является ключевым в появлении неологизмов, изучению которых посвящено немало исследований и работ лингвистов, как отечественных, так и зарубежных.

На данный момент, в лингвистике нет единого определения неологизма. Самыми распространенными точками зрения на этот счет являются мнения Н.З. Котеловой и Н.М. Шанского.

Говоря о словообразовании неологизмов, отметим доминирующие способы: аффиксация, действующая на всех уровнях аффиксации, словосложение и словослияние. Другие модели, к которым относятся конверсия и реверсия, только набирают популярность и значимость в словообразовании, в нашем случае, неологизмов.

Одной из ключевых тенденций развития современного медиадискурса является экспрессивность, выражающаяся в использовании лексических единиц, к которым относятся, в том числе, и неологизмы.

Казалось бы, доминирующая роль аффиксации и словослияние противоречит вышеупомянутому предположению о тенденции к сжатию языка. Но анализ материала показывает, что на данный момент преобладают суффиксы *-ism* и *-ing*, обобщающие понятия, которые они обозначают. Можно увидеть это на примерах: *smishing* (an attempt to trick someone into giving personal information by text message that would allow someone else to take money from them, for example by taking money out of their bank account 'попытка

обманом заставить кого-либо предоставить личную информацию посредством текстового сообщения, которое позволило бы взять у него деньги, например, сняв деньги с его банковского счета’), *anti-natalism* (the belief that it is morally wrong to have children ‘убеждение, что наличие детей морально неправильно’), *seaganism* (the practice of eating only plant-based foods and seafood ‘практика употребления в пищу только растительных продуктов и морепродуктов’). Помимо этих аффиксов встречались и следующие -ist, -er, относящие понятие к определенному индивиду, который причастен к тому или иному движению или убеждению. Также можно объединить в группу другие единичные префиксы, которые указывают на предельность размера (mega-, micro-, giga- и др.): *megaberg* (an extremely large iceberg ‘чрезвычайно большой айсберг’), *microschool* (a private school with a very small number of pupils in each class ‘частная школа с очень небольшим количеством учеников в каждом классе’), *microwedding* (a wedding to which only a small number of guests are invited ‘свадьба, на которую приглашено небольшое количество гостей’), *gigafactory* (a very large factory where batteries for electric vehicles are made ‘очень большой завод, где производятся аккумуляторы для электромобилей’) и другие. Таким образом, увеличение формы слова за счет аффиксации компенсируется семантическим значением, заложенным в слово.

Таким образом, можно сделать вывод, что принцип сжатия не является превалирующим, поскольку около половины всех неологизмов образованы путем развертывания исходной формы. Среди другой половины неологизмом преобладает принцип словослияния. Рассмотрим данную модель подробнее.

Словослияние выделяется среди других моделей словообразования своей непостоянностью, нерегулярностью составляющих элементов. В данном случае речь идет о том, что в процессе словообразования участвуют отобранные фрагменты производных основ, при том, что количественные характеристики таких единиц могут варьироваться от целой основы до нескольких букв, например: *covexit* < *covid* + *exit* (the process of easing the restrictions on public life imposed by the COVID-19 pandemic ‘процесс ослабления ограничений на общественную жизнь, наложенных пандемией

COVID-19'), *quaranteen* < quarantine + teenager (a teenager in the time of the covid-19 lockdown 'подросток во время карантина из-за covid-19'), *covidivorce* < covid + divorce (the process of ending a marriage as a consequence of the couple spending a large period of time together in lockdown during the covid-19 pandemic 'процесс расторжения брака в результате того, что пара провела большой период времени вместе в изоляции во время пандемии covid-19'), *edupreneur* < education + entrepreneur (an entrepreneur who works in the field of education 'предприниматель, работающий в сфере образования'), *infodemic* < information + pandemic (a very large amount of information that is published about a particular problem, some of which is untrue, therefore making it more difficult to find a solution 'ситуация, когда публикуется очень большое количество информации о конкретной проблеме, часть которой не соответствует действительности, что затрудняет поиск решения'), *maskne* < mask + acne (acne caused or made worse by wearing a mask 'прыщи, вызванные или усугубленные ношением маски') и др. Очень важной отличительной чертой таких слов является их возможность максимальной компрессии значения слов, которая происходит при соединении словообразующих основ. В процессе словослияния, в отличие словосложения, смысл исходных слов не просто соединяются, они создают новое значение, которое не сводится к одной из основ. Соответственно, мы можем наблюдать процесс, похожий на процесс фразеологизации, когда возникает новая единица с более сложным значением.

Нередки случаи, когда повторное использование одного и того же фрагмента производящей основы ведет к созданию неологизмов одной тематической группы. Так, например суффикс *-fluencer*, который используется с существительными, прилагательными и глаголами для описания человека, который использует свой аккаунт в социальных сетях как способ продвижения определенной темы, продукта или услуги. Например, *medfluencer* (a medical doctor who gives advice, recommends products etc. on social media 'врач, который дает советы, рекомендует продукты и т.д. в социальных сетях'), *book-fluencer* (a person who might guide you to your next read 'человек, который может направить вас к следующему чтению'), *twin-fluencers* (people who promote a

fashion penchant for matched outfits ‘люди, которые пропагандируют модную склонность к одинаковым нарядам’) и другие. -fluencer является еще одним интересным примером того, что лингвисты называют "libfix"(морфема, которая ведет себя как аффикс, но имеет больше семантического содержания, чем стандартный префикс или суффикс (-flation, -cation , -washing,)), строкой букв, которая начинает свою жизнь как неотъемлемая часть определенного слова (т.е. в данном случае influence(r)), а затем освобождается, и формируется новый аффикс. Либфиксы ведут себя больше, как элементы соединений, несущие более специфическую семантическую нагрузку, чем общие комбинирующие формы, подобные -ness и re-, но, в то же время, похожи на аффикс в том смысле, что они не существуют независимо от их привязки к другим словам. Другим подобным пример является суффикс -cation, определяющий различные виды отдыха: homecation (a holiday spent completely at home ‘отпуск, проведенный полностью дома’), schoolcation (a family holiday during which the children receive online schooling ‘семейный отпуск, во время которого дети учатся онлайн’), volunteercation (a holiday spent doing volunteer work ‘отпуск, проведенный за волонтерской работой’), flexcation (a holiday during which parents spend some of the time working from home and children are homeschooled, allowing the family to go away for a longer period than usual and at a time of year when they would not normally be able to go on holiday ‘каникулы, во время которых родители проводят часть времени, работая дома, а дети обучаются на дому, что позволяет семье уезжать на более длительный период, чем обычно, и также выбирать то время года, когда они обычно не могут поехать в отпуск’) и др. Подобное словообразование дает возможность предположить, что такие суффиксы, или как их еще называют либфиксы, могут перейти в разряд полноценных морфем, при их широком употреблении.

Количественное преобладание такого способа словообразования, как словослияние указывает не столько на сжатие формы, сколько на сжатие в области семантики, иногда с усилением эмоционального компонента.

Конверсии, в основном, подвергаются сложные основы, например глагольная форма, переходящая в имя существительное той же формы.

Реверсия, согласно своему определению, происходит в словах, оканчивающихся суффиксом (seaganism – seagan). В данном случае имеющийся суффикс отсекается, и образуется, как правило, глагольная основа.

Неологизмы XXI века затрагивают все сферы человеческой жизни. Сферы их появления довольно часто делят на пять групп: политика, новые технологии, досуг (спорт, искусство, литература), экология и общественные явления, и общественная жизнь в целом. Нами было проанализировано 307 неологизмов, взятых из блога New Words в Cambridge Dictionary (онлайн-версия) за период с 2020 по 2022 год. Самой многочисленной сферой появления неологизмов стала область общественной жизни (46%). В нее входят слова, обозначающие как некие современные сферы деятельности людей, так и различные чувства, испытываемые людьми во время пандемии и после нее (2020-2021г). К данной группе мы отнесли следующие неологизмы: smize (to smile with your eyes ‘улыбаться глазами’), quarantini (a cocktail that you drink while in quarantine (= when a person stays in a particular place for a period of time so that they don't spread or catch a disease), made from whatever ingredients are available to you ‘коктейль, который изготавливали во время карантина из любых доступных ингредиентов’), tradwife (a woman who does not work outside the home and who believes that her needs are less important than those of her husband ‘женщина, не работающая вне дома и считающая, что ее потребности менее важны, чем потребности ее мужа’), collab house (a large house in which people who work in social media live and work together ‘большой дом, в котором люди, работающие в социальных сетях, живут и работают вместе’), flexi-schooling (the teaching of children partly at home, usually by their parents, and partly at school ‘обучение детей частично дома, обычно их родителями, и частично в школе’), hyflex (a way of learning in which lessons are given face to face in classrooms and also made available on the internet ‘способ обучения, при котором уроки проводятся лицом к лицу в классах, а также доступны в Интернете’), long covid (a condition in which people who have had the covid-19 virus continue to have symptoms and feel unwell for a long time ‘состояние, при

котором люди, перенесшие вирус COVID-19, продолжают испытывать симптомы и чувствовать недомогание в течение длительного времени’), panpanic (a strong feeling of fear experienced by many people during the covid-19 pandemic, leading to a lack of reasonable thought and action ‘сильное чувство страха, испытываемое многими людьми во время пандемии covid-19, приводящее к отсутствию разумных мыслей и действий’) и многие другие. Как можно заметить, основным побуждением к появлению вышеупомянутых и остальных неологизмов данной группы стала пандемия коронавируса, когда для новых явлений и объектов были необходимы новые обозначения.

Следующей по многочисленности неологизмов является сфера экологии (18%). Ухудшающаяся экологическая ситуация не могла не повлечь за собой изменений в языке. В настоящий момент тема экологии постоянно у всех на языке, поскольку актуальной для всех народов и, соответственно, языков. Сюда относятся следующие неологизмы: pocket park (a small area of parkland built on an empty piece of land ‘небольшой участок парковой зоны, построенный на пустом участке земли’), energy island (a platform built on the sea that is used to generate and store electricity from wind turbines (tall structures with blades that are blown by the wind) that surround it ‘платформа, построенная на море, которая используется для выработки и хранения электроэнергии от ветряных турбин (высоких конструкций с лопастями, которые раздуваются ветром), которые ее окружают’), eco-aisle (an aisle in a supermarket for food products that have been produced and packaged in a way that causes minimal harm to the environment ‘проход в супермаркете для продуктов питания, которые были произведены и упакованы таким образом, чтобы нанести минимальный вред окружающей среде’), water neutrality (the principle that the total amount of water used in an area after new houses, shops, etc. have been built must not be more than the amount used in the same area previously ‘принцип, согласно которому общее количество воды, используемой в районе после строительства новых домов, магазинов и т.д., не должно превышать количество, использованное в том же районе ранее’). Мы снова наблюдаем ситуацию, когда для новых понятий требуются

новые обозначения, поскольку попытки спасти экологию предпринимаются все более новые и неизвестные ранее попытки.

Третьей по многочисленности является сфера досуга, спорта, искусства, литературы. Процентное соотношение неологизмов здесь 17%. В данной группе можно встретить следующие неологизмы: chessboxing (a sport that combines chess and boxing ‘спорт, сочетающий в себе шахматы и бокс’), walk crawl (a tourist activity involving a visit to different walls in a city, one after the other, to look at graffiti or art painted on them ‘туристическая деятельность, включающая посещение разных стен в городе, одну за другой, чтобы посмотреть на граффити или рисунки, нарисованные на них’), mancom (a romantic comedy film in which the story is seen from the viewpoint of a male character ‘романтический комедийный фильм, в котором история рассматривается с точки зрения мужского персонажа’), awe walk (a walk outdoors during which the person walking makes a conscious effort to look at the objects, views etc. around them ‘прогулка на открытом воздухе, во время которой идущий человек прилагает сознательные усилия, чтобы посмотреть на окружающие его предметы, виды и т.д.’), workation (a holiday where you stay in a hotel or other accommodation and work from there ‘отпуск, когда вы останавливаетесь в отеле или другом месте и работаете оттуда’).

На четвертом месте находится сфера технологий (в основном компьютерных) (12%). Большинство новых слов относятся к компьютерной лексике, к лексике инновационных технологий, робототехники, например: cobot (a robot designed to work alongside humans in the same work space ‘робот, предназначенный для работы бок о бок с людьми в одном рабочем пространстве’), quantum supremacy (the situation where a quantum computer (= a computer that works by using the principles of quantum mechanics) is able to solve a problem that a conventional computer cannot ‘ситуация, когда квантовый компьютер (= компьютер, работающий с использованием принципов квантовой механики) способен решить проблему, которую обычный компьютер не может’), juice jacking (an illegal attempt to harm someone’s computer, tablet or smartphone, or the information on it, by using a charging port

‘незаконная попытка нанести вред чьему-либо компьютеру, планшету или смартфону или информации на них с помощью порта зарядки’), fearware (a type of cyber attack that exploits an existing sense of fear among people and encourages them to click on a link that will harm their computer ‘тип кибератаки, который использует существующее чувство страха среди людей и побуждает их переходить по ссылке, которая нанесет вред их компьютеру’). Совершенно очевидно, что постоянный технологический прогресс нашего времени стал причиной появления неологизмов.

Стоит отметить, что 7% неологизмов относятся к терминам, не относящимся к компьютерной сфере. Например, orthosomnia (the inability to sleep well, caused by thinking too much about getting enough sleep and by using apps and other technology to measure how much sleep you get ‘неспособность хорошо спать, вызванная чрезмерными мыслями о достаточном сне и использованием приложений и других технологий для измерения того, сколько вы спите’), genetic scissors (a method of cutting the DNA in a cell so that it can be repaired ‘метод деления ДНК в клетке, для дальнейшего восстановления’), holistorexia (a mental illness where someone has an extreme obsession with their health and wellness ‘психическое заболевание, при котором кто-то крайне одержим своим здоровьем и благополучием’).

Самой немногочисленной оказалась сфера политики, сюда относится только 2% от всех исследуемых неологизмов. Мы отнесли в данную группу следующие слова: woke capitalism (a strategy used by some major businesses in which they become involved in popular social and political issues in order to make more money ‘стратегия, используемая некоторыми крупными компаниями, в рамках которой они вовлекаются в популярные социальные и политические проблемы, чтобы заработать больше денег’), covexit (the process of easing the restrictions on public life imposed by the COVID-19 pandemic ‘процесс ослабления ограничений на общественную жизнь, наложенных пандемией COVID-19’).

Как итог, можно отметить, что тематика неологизмов подтверждает связь появления новых слов с наиболее изменчивыми и динамично

развивающимися отраслями человеческой деятельности. Неологизмы являются признаком динамичности языка, показывая, что по мере развития общества и жизни в целом, язык не отстает и адаптируется под новые условия, пополняя свой лексический запас.

Таким образом, можно сделать вывод, что язык является зеркалом жизни человечества, динамики его развития. Из проведенного анализа причин появления неологизмов в современном англоязычном медиадискурсе можно выделить наиболее динамичные сферы деятельности людей, так как именно эти категории и стали ключевыми при отборе и классификации языковых единиц. Также некоторые события, особенно мирового масштаба, не остались незамеченными, обогатив словарный запас английского языка, тем самым расширяя и дискурсивное пространство. Тематика неологизмов подтверждает связь появления новых слов с наиболее изменчивыми и динамично развивающимися отраслями человеческой деятельности.

Лексика является самой гибкой частью любого языка. Она не перестает развиваться и совершенствоваться, активно реагирует на изменения современной действительности и подстраивается под них. Благодаря непрерывному развитию общества и возникновению все новых и новых понятий в разных сферах жизни общества, в языке появляются новые лексические единицы, обозначающие реалии современного мира.

В процессе настоящего исследования установлено, что постоянное изучение неологизмов является неотъемлемой частью изучения современного английского языка, поскольку неологизмы отражают степень развитости различных сфер жизни общества, где человек является ключевой фигурой.

В ходе исследования была представлена следующая классификация исследуемых лексических единиц в соответствии со сферой появления: 1) общественная жизнь (COVID-19, образ жизни, чувства, эмоции, специальности, род деятельности, взаимоотношения, кулинария, трудоустройство, ведение хозяйства, вакцина от COVID-19, торговля, гендерные отношения, благотворительность), 2) экология («эко френдли», объекты и явления природы, губительное влияние человека, пропаганда

бережного отношения к природе, связь с экономикой), 3) досуг (выходные, каникулы, отпуска, развлечения, хобби, мода, спорт, культура), 4) технологии (искусственный интеллект и его представители, пользователи, функции и возможности девайсов, сервисы и программные обеспечения, составляющие различных программ, ошибки искусственного интеллекта), 5) термины (медицина, естественные науки, физика, биология, социология), 6) политика (политические стратегии, политические представители, типы экономических систем). Каждая из областей, в свою очередь, подразделяется на подкатегории, выделенные в соответствии с причинами возникновения неологизмов. Тематика неологизмов подтверждает связь появления новых слов с наиболее изменчивыми и динамично развивающимися отраслями человеческой деятельности.

Итак, полученные выводы позволяют утверждать, что поставленная в работе цель достигнута и намеченные задачи решены.