

REFERENCES

1. Thorne T. Dictionary of Contemporary Slang / Thorne T. & C. Black; London. 2006. – p. 5.
2. Аликберов В.И. Слэнг и перевод. (Slang & Translation): [учебное пособие] / В.И. Аликберов. – Тернополь : Навчальна книга – Богдан, 2013. – 72 с.

УДК 81-13

ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ, ЩО РЕПРЕЗЕНТУЮТЬ СФЕРУ ЗМІ У XXI СТОЛІТТІ

Н.С. Катецька, Н.Ю. Іщук

Резюме. У даному дослідженні вивчені семантичні особливості неологізмів, вербалізуючих реалії засобів масової інформації XXI століття. Встановлено, що «неологічний бум» призводить до появи на світ величезної кількості нових слів і значень. Семантичний аналіз матеріалу показав, що найчисленнішою групою, яка вербалізує сферу ЗМІ, є «Інтернет».

Ключові слова: англійські неологізми, неологічний бум, тематичні групи, ЗМІ, кількісний аналіз.

Вступ. Словниковий запас кожної мови постійно оновлюється і поповнюється. Одні слова потрапляють у лексику, стають загальноживаними і активно використовуються носіями тієї чи іншої мови. Також є слова, які виходять з ужитку, застарівають і втрачають актуальність у зв'язку з розвитком суспільства.

Словниковий склад – найбільш мінлива, рухлива та нестабільна частина мови, яку дуже складно структурувати. Лексика є тим мовним пластом, що реагує на всі зміни, що відбуваються в житті людини і в суспільстві в цілому. Отже, щоб відобразити різноманітні зміни та відзначити всі нововведення, необхідні нові слова, які будуть називати те чи інше явище. Основним джерелом поповнення словникового запасу є створення нових слів на базі рідної мови, а не за рахунок запозичень з інших мов.

Слова несуть на собі відбиток часу, і лексичні новоутворення демонструють це особливо яскраво. Навіть номінації, які живуть дуже недовго, динамічно характеризують той чи інший період в історії мови і суспільства. Вивчення нових слів знаходиться в колі найважливіших питань сучасної лінгвістики, оскільки дослідження складу новоутворень, їх структурних особливостей, функціонального призначення сприяє вирішенню багатьох проблем лексикології, словотвору, граматики, стилістики [1].

Інтерес до вивчення причин появи нових слів, закономірностей та аномалій їх утворення не слабшає протягом багатьох десятиліть. Проблеми неологізмів вивчалися багатьма вітчизняними та зарубіжними лінгвістами: В.Г. Гаком, О.Д. Мешковим, В.І. Заботкіною, Р.А. Будаговим, Л.А. Хахам, Є.Р. Розен, Г.Н. Алієвою, Т.В. Максимовою, Ю. А. Мурадян, Л. Гильбером, Д. Крісталом, С. Л. Катлером та ін. Однак, вивчення неологізмів, що формалізують реалії засобів масової інформації, досі є актуальним. У досліджуваній період ця сфера зазнала ряд змін, збагатилася новими явищами та особливостями, як у структурному, так і в семантичному відношенні, які потребують вивчення та розгляду.

Мета статті полягає у виявленні та описі структурних і семантичних особливостей англійських неологізмів, що вербалізують сферу засобів масової інформації в XXI столітті, наприклад телебачення (Tabloidization n. 'A change in emphasis from the factual to the sensational, especially in television news: the tabloidization of the nightly news during sweeps week. '), інтернет (Cyber squatting n. 'The practice of registering names, especially well-known company or brand names, as Internet domains, in the hope of reselling them at a profit. '), радіо (Feed n. 'A broadcast distributed by a satellite or network from a central source to a large number of radio or television stations: a satellite feed from Washington. '), газети (Display ad n. 'A large advertisement, especially in a newspaper or magazine, that features eye-catching type or illustrations. ') і журнали.

Виклад основного матеріалу. Причиною появи досить великої кількості

неологізмів в XXI столітті є науково-технічна революція, а також соціальні, політичні та економічні зміни. Багато мов, у тому числі й англійська, переживає «неологічний бум». З'являються нові відкриття, поглиблюються уявлення про відомі факти і явища дійсності, а також про сутність і функціонування цих явищ. Поява у мові нових позначень – слів – обов'язковий супутник нового в галузі культури суспільства, чи то матеріальне виробництво, духовне життя, мода, чи взаємини людей, соціальних груп або держав.

Отже, різні сфери зазнають ряд змін, збагачуються новими явищами та особливостями, як у структурному, так і в семантичному відношенні, які потребують вивчення та розгляду.

Про засвоєння неологізмів мовним колективом свідчить ступінь їх лексикографічної фіксації. Фактор часу, «довговічність» неологізму, безумовно, є показником його «узуальності», закріплення в мові. Лексикографи вважають, що для того щоб потрапити до словників, неологізми мають з'явитися в різних друкованих джерелах протягом багатьох років. Неологізмом слово вважається доти, доки відчувається новизна його вживання. Але щойно воно стає досить уживаним, воно переходить до активного складу мови.

Неологізм вимагає певної уваги, оскільки, будучи згустком нової інформації, потребує певних стратегій побудови дискурсу.

Зміни, що відбуваються в суспільстві, насамперед, відображаються в засобах масової інформації. Сьогодні не можна уявити будь-яку сферу нашого життя без інформаційних відносин, без можливості отримувати і використовувати необхідну інформацію. Таку інформацію можна отримати з різних джерел: Інтернету, радіо, друкованих ЗМІ – журналів і газет. Звідси випливає, що ЗМІ є невід'ємною частиною життя як окремо взятої людини, так і суспільства в цілому. Саме радіо, телебачення, інтернет доносять до населення найновішу і найсучаснішу інформацію. Крім перерахованих вище електронних джерел, не менш важливим способом донесення нової інформації є преса.

Інформаційна революція на початку XXI століття продовжує бути найбільш впливовим фактором щодо процесів поповнення словникового складу сучасної англійської мови. З інтернетизацією суспільства, зокрема, пов'язана найбільша кількість лексико-фразеологічних інновацій останнього часу.

В цілому, лексико-фразеологічні та семантичні інновації, які пов'язані з Інтернетом, відображають, перш за все, вплив глобальної комп'ютерної мережі та новітньої техніки на різні аспекти суспільного життя, розкривають вигоди інтернетизації і деякі негативні наслідки. Цей вплив особливо відчувається в економіці. Інтернет, на думку економістів, виявився головним фактором з часів індустріальної революції, який впливає на світову економіку [3, с. 5-8].

Оперативна реєстрація та ґрунтовний науковий аналіз неологізмів мають велике теоретичне і практичне значення. Лексичні новоутворення ніколи не бувають простим доповненням до словника, що існував до їх появи. Внаслідок їхнього входження до лексику тієї чи іншої мови, виникають певні внутрішньо-системні зміни, наприклад, перерозподіл в синонімічних рядах, перебудова лексико-семантичних груп і полів, стилістичне переоформлення одиниць тощо. Без вивчення цих наслідків словотворчих процесів неможливо сформулювати правильне уявлення про будову і функціонування лексико-семантичної системи мови.

Словотвір відіграє велику роль у виконанні мовою найважливішого завдання – «забезпечити всі сторони життя і діяльності людини новими найменуваннями» [4, с.222].

У процесі класифікації матеріалу було виділено такі групи:

1. Інтернет 36,6% (chartjunk, webcast).
2. Телебачення 31,72% (digital television, blipvert).

3. Газети 29,28% (piping, charticle).
4. Люди, що мають відношення до сфери засобів масової інформації у зв'язку зі своєю діяльністю 19,52% (talking hairdo, unilateral).
5. Радіо 10,98% (driveway effect, airdate).
6. Журналістика 8,54 (data journalism, spin journalism).
7. Інші 12,2 (cyburban myth, blogosphere).

Таблиця 1

Тематичні групи англійських неологізмів, що вербалізують сферу ЗМІ у XXI ст.

№ п/п	Тематична група	Кількість ЛО	%	Приклади
1.	Інтернет	30	36,6	<p><i>Content</i> n. 'Information made available by a Web site or other electronic medium: [as modifier] online content providers.' (Derivatives contentless adjective -Origin late Middle English: from medieval Latin contentum (plural contenta 'things contained').</p> <p><i>Cyber squatting</i> n. 'The practice of registering names, especially well-known company or brand names, as Internet domains, in the hope of reselling them at a profit.' (Derivatives cyber squatter noun)</p>
2.	Телебачення	26	31, 72	<p><i>Mockumentary</i> n. 'A television program or film that takes the form of a serious documentary in order to satirize its subject.' (DERIVATIVES mockumentarian noun -ORIGIN 1960s: blend of mock and (doc)umentary.)</p> <p><i>Tabloidization</i> n. 'A change in emphasis from the factual to the sensational, especially in television news: the tabloidization of the nightly news during sweeps week.'</p>
3.	Газети	24	29, 28	<p><i>Display ad</i> n. 'A large advertisement, especially in a newspaper or magazine, that features eye-catching type or illustrations.'</p> <p><i>Pull-quote</i> n. 'A brief, attention-getting quotation, typically in a distinctive typeface, taken from the main text of an article and used as a subheading or as a design element.'</p>
4.	Люди, що мають відношення до ЗМІ	16	19, 52	<p><i>Barking head</i> n. 'A pundit or commentator who speaks in a loud voice and whose comments tend to be abrasive, aggressive, and partisan.' (Example Citation: "Try finding a discussion of these issues on any news network. The barking heads who usurp the space of public affairs with high-volume jeers are not equal-opportunity offenders." – Todd Gitlin, "How TV Killed Democracy on Nov. 7," The Los Angeles Times, February 14, 2001)</p> <p><i>Commentariat</i> n. 'Members of the news media considered as a class.'</p>
5.	Радіо	9	10, 98	<p><i>Feed</i> n. 'A broadcast distributed by a satellite or network from a central source to a large number of radio or television stations: a satellite feed from Washington.'</p> <p><i>GPRS</i> Abbreviation 'General packet radio services, a technology for radio transmission of small packets of</p>

				data, especially between cellular phones and the Internet.’
6.	Журналістика	7	8, 54	<p><i>Spin journalism</i> n. ‘News stories or facts presented in a biased or slanted way in an attempt to influence public opinion.’ (Example Citation: Sir Malcolm Rifkind, the Scottish Tories' general election campaign leader, last night launched a scathing attack on the culture of so-called ‘spin journalism’, as the Conservatives continue to suffer a wave of bad press over claims of internal splits and plots. – Michael Settle, "Rifkind fires broadside at spin 'flunkies'," The Herald, April 28, 2001)</p> <p><i>Gotcha journalism</i> n. ‘Journalism that seeks only to catch public figures in embarrassing or scandalous situations.’ (Example Citations: Was Ducros ambushed by a case of gotcha journalism, after handing her critics the ammunition they had been waiting for? No question. – Graham Fraser, "'Moron' quip shows more frustration than scorn," Toronto Star, November 24, 2002)</p>
7.	Інші	10	12, 2	<p><i>Earned media</i> n. ‘Free media coverage, such as a news story or opinion piece.’ (Example Citation: In the world of campaigns, there is nothing better than earned media – free television and radio exposure – as opposed to paid media or costly advertisements. – Beth Shuster, "Being an Incumbent Has Many Benefits," The Los Angeles Times, April 7, 2001)</p> <p><i>Media studies</i> Plural noun [usually treated as sing.] ‘The study of the mass media, especially as an academic subject.’</p>

Висновки. Кількісний аналіз показав, що найчисленнішу групу неологізмів складають лексичні новоутворення мережі Інтернет, що обумовлено швидким розвитком науки й техніки, а також комп'ютеризацією суспільства. «Газети» і «Телебачення» – дві майже однакові за кількістю слів групи. До групи «Газети» входять найменування видів заголовків, типів статей і колонок, видів газет. До групи «Телебачення» відносяться слова, що позначають види передач, типи трансляції і т.д. До групи, що позначає людей в сфері ЗМІ, можна віднести найменування осіб, які працюють на телебаченні, які добувають різні види інформації для сенсаційних новин, працівники у сфері інтернету тощо. До групи «Журналістика» входять всі найменування видів журналістики. Група «Радіо» нечисленна; вона позначає різні види передач і типи їх трансляції. До групи «Інші» входять слова, не пов'язані з жодною з виокремлених груп.

Основна кількість неологізмів, що надходять до англійської мови та репрезентують сферу ЗМІ у XXI столітті, характеризується продуктивними способами словотворення: афіксації, основоскладання, скорочення та конверсії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Комаров Г.В. Национально-культурная специфика новой лексики английского языка : диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Комаров Георгий Владимирович. – Краснодар, 2007. – 147 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/>
2. Юшанова Е. В. Принципы отбора и лексикографической обработки неологизмов в словарях

новых слов английского языка: Дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. – Иваново, 1999. – 146с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/>

3. Ю.А.Зацний, А.В.Янков Словник неологізмів англо-український. – Вінниця: Нова книга, 2008. – С. 5-8.

4. Языковая номинация/ Виды наименований. М.: Наука, 1977. – С. 222.

УДК 81'373.2:82.3

ПОЭТИКА ЗАГЛАВИЙ ПРОИЗВЕДЕНИЙ М. А. БУЛГАКОВА

Н. А. Колотило, Э. А. Кравченко

Резюме. Поэтика заглавия исследуется в интертекстуальном аспекте. Выявлены и проанализированы языковые средства и приемы, конструирующие название; определена семантика и функциональная нагрузка заглавия как компонента текста, “работающего” на идейно-содержательную образность.

Ключевые слова: заглавие, интертекстуальность, поэтика, поэтонимосфера, семантика.

Заглавия художественных произведений не раз становились предметом исследования ученых, занимающихся проблемами поэтики собственного имени (см. С. Д. Кржижановский [1], Ю. А. Карпенко [2], Н. И. Иванова [3], Т. В. Чуб [4], Э. А. Кравченко [5] и др.). Семантико-стилистическим и текстообразующим возможностям названия литературного текста посвящены исследования И. Р. Гальперина [6], Н. А. Кожиной [7], В. А. Кухаренко [8], Е. В. Джанджаковой [9] и др. В лингвистике сложилось понимание заглавия как важнейшего структурного элемента текста, имеющего двойную природу. Заглавие с точки зрения деятельности автора – это имя текста, знак его целостности, завершенности, отдельности. С позиции читателя заглавие существует в трех “ипостасях”. На этапе восприятия текста заглавие создает ассоциативный фон для дальнейшего общения читателя с текстом. На этапе понимания начальный ассоциативный фон трансформируется под влиянием ассоциативно-вербального мира произведения. Это происходит на основе “челночной” связи текста и заглавия, основанной на постоянном переходе от текста к заглавию и обратно. Третий этап – этап интерпретации – фокусирует связь заглавия и целостного текста в единстве его содержательно-фактуальной, содержательно-подтекстовой и содержательно-концептуальной информации. С одной стороны, заглавие представляет собой “свернутый текст” (С. Д. Кржижановский), с другой – оказывается своеобразным ключом к пониманию и интерпретации художественного произведения.

При всем многообразии работ, посвященных заглавию как доминантному элементу текста, организующему поэтонимосферу, не изученной остается поэтика заглавий М. А. Булгакова, что обуславливает актуальность нашего исследования. Цель работы заключается в выявлении и анализе языковых средств и приемов, конструирующих заглавие, в определении семантической и функциональной нагрузки названия как компонента текста, “работающего” на идейно-содержательную образность.

Для индивидуально-авторского стиля М. А. Булгакова характерно использование заглавий, прямо или косвенно указывающих на интертекстуальный план произведения: «*Похождения Чичикова*», «*Жизнь господина де Мольера*», «*Полоумный Журден*», «*Кабала святош*» и др. Пьеса «*Полоумный Журден*» имеет подзаголовок «*Мольериана в трех действиях*» и прямо отсылает к произведению Ж.-Б. Мольера «*Мещанин во дворянстве*». Известно, что в конце 20-х – начале 30-х гг. XX века Михаил Булгаков занимался изучением литературного наследия знаменитого французского драматурга XVII века Жана-Батиста Мольера. Жизнь и творчество Мольера становятся на некоторое время ведущей темой в творчестве М. Булгакова. В это время созданы произведения, которые будут объединены в единый текст-цикл под названием