

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Историко-филологический
факультет
иностранных языков»

Кафедра «Иностранные языки и
методика преподавания

Направление подготовки 44.04.01
«Педагогическое образование»

Магистерская программа
«Языковое образование»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему

«Морфологические и семантические неологизмы английского языка»

Студент _____ Федотов Сергей Николаевич

Руководитель _____ к.и.н., доцент Борисов А.В.

Нормоконтролёр _____ к.п.н., доцент Шурыгина Ю.А.

Рецензент

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № ____)

Заведующий кафедрой _____ к.и.н., доцент Алёшина Е.Ю.

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № ____)

Секретарь ГЭК _____

Пенза, 2018

Содержание

Введение.....	3
ГЛАВА 1. Анализ новообразований английского языка.....	6
1.1. Основные проблемы неологии.....	6
1.2. Продуктивное словообразование в современном английском языке	14
Выводы по 1 главе.....	19
ГЛАВА 2. Словообразовательные модели неологизмов в современном английском языке.....	21
2.1. Морфологические неологизмы английского языка	21
2.2. Семантические неологизмы английского языка.....	37
Выводы по 2 главе.....	43
ГЛАВА 3. Семантические и морфологические неологизмы социальной сети Facebook.....	45
3.1. Семантический анализ неологизмов социальной сети Facebook.....	45
3.2. Классификация неологизмов социальной сети Facebook.....	53
Выводы по 3 главе.....	56
Заключение.....	58
Список литературы.....	62
Приложение.....	68

Введение

Язык – живая структура, постоянно подвергающаяся изменениям. Глобализация, постоянная и глубокая интеграция всех жизненных аспектов, находят свое отражение в языке и способствуют неуклонному росту числа неологизмов. В современном обществе коммуникация – необходимое условие сосуществования. Появление каждой новой сферы общения влечет за собой появление новой терминологии, требующей адаптации для среднего уровня языковой коммуникации в целях понимания и адекватного использования неологизма в определенных контекстах. Создание новых семантических полей для грамотного использования появляющихся лексических единиц, очевидно, осложняется несколькими факторами, такими как нормы образования нового слова, этимология неологизма, точность определения сферы его употребления. В связи с этим возникает потребность в тщательном изучении, систематизации и структуризации самого понятия неологизма, выявления законов их появления и использования в речи и дальнейшее внесение данных новых лексических единиц в официально утвержденные словари.

Актуальность выбранной темы обусловлена следующими возникшими проблемами:

- отсутствием четких критериев определения понятия неологизма в языке;
- отсутствием системного анализа их словообразовательных моделей;
- определением норм употребления неологизмов сообразно с их этимологией и семантическим значением.

Основная гипотеза магистерской работы может быть сформулирована следующим образом: для современного английского языка свойственно повышение смысловой возможности формирования неологизмов за счет многообразия внутренних ресурсов языка.

Объектом исследования являются семантические и морфологические неологизмы английского языка и их словообразовательный потенциал. В

качестве **предмета исследования** выступают словообразовательные модели и словообразовательные элементы неологизмов английского языка.

Целью магистерской работы является определение роли новообразований в английском языке, а также выявление функциональных характеристик семантических и морфологических неологизмов (на базе англоязычных социальных сетей, в частности социальной сети Facebook).

В соответствии с целью исследования в магистерской работе ставятся следующие **задачи исследования**:

- 1) определить проблемы выделения неологизма в тексте;
- 2) проанализировать основные языковые характеристики неологизмов;
- 3) выявить словообразовательные модели семантических и морфологических неологизмов;
- 4) проследить особенности употребления семантических и морфологических новообразований в англоязычных социальных сетях;
- 5) выявить новейшие семантические и морфологические единицы на базе социальной сети Facebook.

Методологическую базу исследования составляют фундаментальные исследования по теории словообразования, которые представлены трудами Ю.К. Волошина, О.Д. Мешкова, Н.З. Котеловой, А.А. Брагиной, С.И. Алаторцевой, Н.А. Катагощиной, Н.К. Лопатниковой, В.Г. Гака, работами по общей теории текста, обоснованных в исследованиях Н.Д. Арутюновой, О.С. Ахмановой, Ю.С. Степанова.

Выбор методов и методик анализа был продиктован целью и задачами исследования, а также спецификой объекта исследования.

Для проведения анализа привлекались методы компонентного, контекстуального, лингвостилистического анализа; использовались лингвокультурологические сведения и этимологические данные, что позволило избежать описания неологизмов в отрыве от национального своеобразия английской и американской культуры.

Научная новизна работы состоит в том, что впервые проводится всесторонний лингвистический (структурный, семантический, функционально-прагматический) анализ новообразований социальной сети Facebook.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что она способствует дальнейшей разработке теории неологии, развитию стратегий выделения неологизмов, обогащая языкознание положениями, относящимися к вопросам прагмалингвистики.

Практическая значимость исследования определяется возможностями использования полученных результатов при подготовке общих и специальных курсов по межкультурной коммуникации, когнитивной лингвистике, лингвокультурологии и социолингвистике.

Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка научной литературы и источников, приложения. Во **введении** обосновывается выбор темы, раскрывается ее актуальность, определяются предмет и объект исследования, ставятся цель и задачи. В **первой главе** рассматриваются основные вопросы неологии, определяется теоретическая база исследования. **Вторая глава** посвящена морфологическим и семантическим особенностям новообразований английского языка. **Третья глава** включает подробный семантический анализ неологизмов социальной сети Facebook. В **заключении** суммируются результаты и выводы исследования, формулируются положения, характеризующие новообразования в английском языке.

ГЛАВА 1. Анализ новообразований английского языка

1.1. Основные проблемы неологии

Проблема неологии состоит в том, что процесс появления неологизмов в языке на первоначальном этапе возникновения нового слова стихийен и не всегда соответствует существующим нормам языка. Рассматривается возникновение нового лексико-семантического варианта слова в прагматическом аспекте в результате его модификации в различных коммуникативных ситуациях в зависимости от социального, территориального, государственного, возрастного, профессионального статуса коммуникантов. Таким образом, семантические единицы по-разному отражаются в аналогичных ситуациях представителями разных групп. В результате употребления слова в необычной для него ситуации носителем другого языка определенной социально-профессиональной группы оно приобретает новый оттенок смысла, который впоследствии трансформируется в отдельный лексико-семантический вариант слова (далее – ЛСВ) [39, с. 291].

Подчеркнем, что любой возникнувший смысловой вид тянет за собою перемены в прагматике, увеличивая прагматику целой лексемы, согласно критерию повышения спектра обстановок и контекстов ее применения, а так же, и лимитирование в ее применении [28].

Неологизмы регулярно подвергались специализированному лингвистическому, лексическому, грамматическому и семантическому анализу, отдельные вопросы исследования языковых новообразований продолжают оставаться нерешенными и постоянно вызывают споры в лингвистическом сообществе. В частности, неологизм до сих пор не имеет единого четкого очертания. До настоящего момента не решены проблемы о месте неологизмов в словарном составе языка, об их лексико-грамматической природе, причинах появления, способах возникновения [27, с. 132].

Само по себе понятие неологизма требует более или менее фиксированного определения. Понимание самого смысла данного термина позволит четко определять и вычленять в общем потоке речи новые слова.

Итак, неологизм (от греч. «неос» – новый, «логос» – слово) – слово, значение слова или словосочетание, появившееся в языке относительно недавно. Новизна и свежесть слова в языке определяется временем появления того или иного понятия в жизни. Так, к примеру, технологические неологизмы появляются в процессе конструирования и введения в эксплуатацию механизмов и приборов. Социальные неологизмы входят в обиход с появлением и четко устоявшимися параметрами социальных явлений. Данное определение характеризует неологизм по принципу его возникновения [35].

С точки зрения лексикологии неологизм – это слово, появившееся в языке с целью характеристики и номинации нового явления. Данная наука в сфере изучения языка дает не только определение термина, но и позволяет определить природу его возникновения. Согласно лексикологической классификации все неологизмы можно разделить на две большие группы. Первая группа – это общезыковые неологизмы (фиксированные), т.е. слова, вошедшие в общеупотребительный словарь, и вторая – авторские неологизмы (нефиксированные в словаре). Последние употребляются в конкретных языковых ситуациях: научных и художественных произведениях.

Отдельно выделяют характеристику неологизмов по их предназначению:

1. Номинативы новых, ранее не существовавших предметов, явлений, служащих для формирования картины мира в соответствии с новыми реалиями. Основной группой для данного предназначения являются общезыковые неологизмы.

2. Номинативы как имена собственные с целью обозначения обобщенного понятия, включающего в себя отдельный предмет или группу предметов.

3. Номинативы для краткого или выразительного обозначения.

4. Номинативы для создания более яркого художественного эффекта в произведениях. Часто встречаются гиперболы, преуменьшения и метафоры.

Невозможно раскрыть сущность понятия «неологизм» и определить его характер, без учета его социальной природы, т.е. функции языка. Лингвисты опять же не придерживаются общей точки зрения по поводу функционального назначения неологизма. Некоторые функции обобщаются учеными они в основном выделяют только три: коммуникативную, когнитивную и номинативную[21, с. 130].

Другие расширяют круг функций и добавляют мировоззрение, сигнал и функцию психологической разгрузки (Т.Е. Захарченко, В.М. Жирмунский)[17].

Выделим наиболее важные, на наш взгляд, функции:

1. Коммуникативная функция. Данная функция является главной в процессе создания, внедрения и использования слова в речи, так как коммуникация – главная функция самого языка[11].

2. Когнитивная функция. Эта функция, по словам Г.Р. Ивановой, проявляется в том, что многие названия несут в себе дополнительную информацию, которая отсутствует в стандартных обозначениях, и через это представляют дополнительные знания о мире. Когнитивная функция позволяет вместить в понятие слова контекстуальные и ситуативные значения, которые в общем лингвосемантическом поле, согласно нормам языка, могут быть опущены или не употребляемы[21, с. 132].

3. Номинативная функция. Номинативная функция вытекает из когнитивной функции – познанию должно быть дано имя. Данная функция необходима для внедрения эмпирического понятия как физического объекта

в понимание людей, соотнесение его с жизненными реалиями и позволяет грамотно и точно использовать его в речи в дальнейшем.

4. Эмоционально-выразительная функция. Данная функция способствует более конкретному смысловому наполнению употребляемой лексики в контексте и речевой ситуации. Слова, используемые в понятийном поле данной функции, чаще всего относятся к жаргонизмам. Все типы коннотаций обязательно присутствуют в таких лексических единицах. Например, положительную оценку несут прилагательные *smashing* (потрясающий), *nerveless* (нервно), отрицательные – существительные *bananastruck* (тупой, идиот), *butch* (мужеподобная женщина, «бой-баба»), нейтрально – глагол *copout* (скрывать правду).

5. Функция идентификации. Эта функция имеет опосредованное отношение к личностной идентификации говорящего. Она произрастает из коммуникативной функции, для которой, как мы помним, основная идея – общение. С помощью данной функции можно определить социальный статус, сферу деятельности и даже возраст говорящего.

6. Функция экономии языка. Средствами реализации этой функции являются аббревиатуры, а также различные надписи-аббревиатуры в письменной речи. Примерами из английского языка могут служить следующие жаргонизмы: *ROFL* – *rolling on the floor* (катаюсь по полу), *TNX* – *thanks* (спасибо), *YW* – *you are welcome* (всегда пожалуйста), *BRB* – *be right back* (сейчас вернусь), *XOXO* (целую, обнимаю) [11].

Таким образом, неологизмы в исследовании определяются не только словами и фразами, обозначающими новые явления, объекты и понятия реальности, но и внешними и внутренними заимствованиями в ней, а также словами и фразами, вновь ставшими актуальными в этот период. Неологизм – это не только феномен языка, но и феномен культуры.

Однако в теории неологии существует ряд проблемных областей исследования. Трудности в области неологии связаны с тем, что основное внимание уделяется новейшим, часто неустойчивым структурам. Проблемы

неологии включают, прежде всего, отсутствие системного анализа факторов, стадий, механизмов возникновения неологизмов и их значений, отсутствие комплексного изучения неологизмов во внелингвистической (социолингвистической или функционально-прагматической корреляции) и актуальной лингвистической плоскости. Вопрос об обусловленности преобладающих продуктивных моделей в языке остается открытым [8, с. 74].

Определено, что подобные высокофункционально-риторические типы современного британского языкового поля, равно как образ и речь средств массовой информации (телевещание, радиовещание, печать), области социальной коммуникации, рекламное объявление, деловое взаимодействие, дисциплина, аппаратура, микроэлектроника, врачебная наука, стратегия, доходы, популярность представлены в силу линии социолингвистических факторов главными «поставщиками» новой лексики в английском языке.

Лингвисты, работающие в этой области, определили обобщение и систематизацию теоретических разработок, построение межпредметных отношений (как с лингвистическими, так и с неязыковыми науками), особенно со словообразованием, этимологией, семасиологией, лексикологией, стилистикой, социологией и психолингвистикой как ключевой вопрос неологии. Следует отметить, что в области неологии существует множество нерешенных проблем как в теоретическом аспекте, так и в практическом. Наиболее авторитетные эксперты в этой области признают актуальными следующие направления исследований:

- Проблема отнесения слова к неологизму: как долго слово должно использоваться в языке, чтобы считаться неологизмом и попасть в словарь. В рамках психолингвистического направления А. Залевская утверждает, что существует проблема выявления новообразований речи носителями языка, а С. И. Тогоева видит проблему в определении параметров нового слова, а также взаимосвязи экстралингвистического опыта носителя языка и процесса получения нового слова.

-Необходимость создания специальных словарных статей. Не так давно назрела необходимость создания специальных словарных статей или помет для обозначения неологизмов, так как существующая система крайне уязвима и не учитывает социальную дифференциацию языка.

- Расплывчатость стилистических особенностей неологизма, и как следствие неясность отсылки к неологизмам сленговых единиц, профессионализмов, терминов и других лексических пластов.

- Разработка программ и методов автоматического обнаружения неологизмов. Создание таких программ могло бы в значительной степени помочь лингвистам в отслеживании и мониторинге новых единиц языка. Однако достижение этой цели требует от исследователей решения ряда сложных проблем. Для создания программ необходимо максимально точно определить критерии выбора исследуемых единиц, а обилие подходов и методов в неологии в некоторой степени усложняет решение данной задачи. Разработчики автоматического отбора пришли к выводу о том, что такие системы вполне успешно могут идентифицировать так называемые «потребности по форме», то есть элементы словообразовательных потребностей. Б. Катрони и В. Сиос занимались разработкой автоматического перевода неологизмов. Здесь большое внимание уделялось неологизмам, образованным аффиксацией [26, с. 32].

По мнению исследователей в этой области, основными отличиями в развитии программ и систем такого рода являются «неологизмы по значению», то есть семантические неологизмы. На этом этапе разработчики предлагают использовать полуавтоматические программы, где смысловые потребности и единицы, образованные конверсией, будут определяться лингвистами, а не программами. Таким образом, отдельное место отводится вопросу выделения критериев для неологизмов, для создания автоматических программ. В этом случае исследователи либо делают программы для одного типа неологизмов или полагаются на несколько критериев.

П. Стенеторп в своих работах изучал проблемы, связанные с созданием систем автоматической и полуавтоматической выборки семантических неологизмов, особый прогресс был достигнут в языках северо-германской подгруппы. При выявлении неологии целесообразно опираться на несколько критериев: темпоральный, психологический и лексикографический.

Следующим этапом внедрения неологизма в языковую среду является его интеграция в другие языки, т.е. его дальнейший перевод. Данный показатель приживаемости неологизма в языке важен, так как помогает создавать факультативные семантические поля и дополняет новыми смысловыми значениями уже имеющиеся денотаты. Однако при переводе неологизма возникает ряд трудностей[39].

В практике перевода, в этих множественных вариантах, если не имеется колор-эквивалент перевода, возможна передача неологизмов с английского языка на русский несколькими способами:

1. Перевод неологизмов с помощью перевода и транслитерации (транскрипции). Способ транслитерации состоит в том, что с поддержкой русских букв переводятся литеры, элементы английских терминов.

2. Перевод неологизмов с помощью конверсии – смена частей, морфем либо текстов (в случае устойчивых сочетаний слов).

3. Описательный перевод используется в том случае, когда трудно передать смысл неологизма с помощью ранее описанных методов. Чаще всего это происходит в тех случаях, когда объект, явление или концепция, именуемые неологизмом, не присутствуют в культуре заимствования, например, *Car-pooling* AmE – каршеринг целью уменьшения количества транспортных средств на дорогах и, таким образом, уменьшения негативного воздействия на окружающую среду.

Достаточно часто встречается синхронное применение транскрипции, транслитерации либо кальки, что предоставляется или в тексте, или в сноске либо в примечании. Данный способ дает возможность совмещать

лаконичность и экономию языковой формулировки, свойственную транслитерации либо транскрипции.

4. В последнее время при передаче неологизмов используется также метод прямого включения, который заключается в использовании оригинального написания английского слова в русском тексте. Этот метод – путь наименьшего сопротивления и минимального труда. Чаще всего на страницах периодических изданий можно найти слова, состоящие из двух частей: английской, сохраняющей оригинальное написание, и русской: *web*-страницы и др.[4].

Применение способа непосредственного введения слова является целесообразным в вариантах, если неологизм не имеет никакой возможности адекватного перевода без потери взаимосвязи с особенностью его звучания либо послания. Например:

Bluetooth полезен при передаче информации между двумя или более устройствами, которые находятся рядом друг с другом. Технология *Bluetooth* удобна в использовании для связи между двумя или более устройствами, расположенными на небольшом расстоянии друг от друга [25].

Зачастую новообразование, употребляемое в разных языковых средах, может относиться или не относиться к неологизму, поэтому существует реальная потребность в создании особых словарных статей либо помет, позволяющих маркировать неологизмы, т.к. существующая система крайне неудобна и не учитывает социальной дифференциации языка. Стилистические характеристики неологизма весьма размыты, поэтому возникает вопрос об отнесении новообразования к сленговой единице, профессионализму, термину и т.д. Важным условием внедрения неологизма в другой язык является максимально точная передача его лексического значения с целью описания того или иного явления. Таким образом, возникает еще одна, немаловажная проблема: проблема перевода неологизмов. Как правило, новообразования переводятся в соответствие с требованиями основного контекста, но через определенное время самый

часто употребляемый вариант перевода становится основным, иные же значения становятся контекстуальными.

1.2. Продуктивное словообразование в современном английском языке

В языке все направлено к определенной цели – выражению мысли. Поэтому образование языка можно представить себе как духовное стремление обозначить материал, исходя из внутренних целей и потребностей коммуникантов.

Рассуждая о направлении продуктивного словообразования, мы имеем в виду предпочтительное применение конкретных деривационных средств, свойственных для английского языка в совокупности с его предопределяющими сферами общения. Профессиональное применение продуктивных деривационных модификаций способно выявить авторский стиль неологизма и быть непрямым признаком употребимости данного слова.

В более широком смысле такие наблюдения могут дать некоторое представление о социальном статусе в обществе, с одной стороны, и о культурном уровне людей, общества, с другой.

Несмотря на то, что основным фактором в становлении неологизма многие лингвисты считают целесообразность употребления той или иной словообразовательной модели в качестве показателя степени соответствия целям номинации, социальные факторы могут иметь первостепенное значение.

Английский, как и другие языки, постоянно меняется и является динамичным языком. Лексика как самый подвижный пласт языка, наиболее чувствительно реагирует на все изменения в социальной, культурной и других сферах жизни. С другой стороны, растущий интерес современной лингвистики к различным аспектам словообразования объясняется тем, что слово является центральной единицей языка. Свойства собственных

значений слова как лексической единицы пересекаются со свойствами других элементов языка. Это взаимодействие лежит в основе функционирования языковой системы в целом [23, с. 31].

В современных исследованиях семантики новообразования часто имеют тенденцию выйти за рамки слова как единицы языковой системы, что вызвано стремлением глубже понять механизм формирования семантики нового слова.

В настоящее время наблюдается расширение старых и появление новых областей номинации, вызванных бурным развитием науки, технологии и медиа.

Однако развитие номинативной функции языка отражается не только в расширении и обновлении понятийной сферы обращения на имя, но и в изменении способов номинации. Как известно, в разные эпохи развития языков в разных языках доминируют разные типы создания категорий. Следует подчеркнуть, что номинативная функция языка развивается не только в результате влияния социолингвистических факторов и эволюции общественно-исторического опыта носителей языка. Важную роль играет изменение самих методов номинации.

Как известно, разнообразные виды формирования номинаций доминируют в различные периоды и в различных стилях имеются конкретные виды функциональных номинативных действий.

Лексическая концепция стиля накладывает конкретные лимиты в созидательную работу людей, формирующих новейшие слова. Основное множество новейших единиц образовывается с помощью деривационных средств. Сущность деривационных действий состоит в формировании новых названий, второстепенных единиц обозначения, и коль скоро такие имена считаются текстами, детерминант «словообразование» обнаруживается в дословном значении.

Главной задачей словообразования является изучение формальных, коннотационных, генетических и других закономерностей и характерных

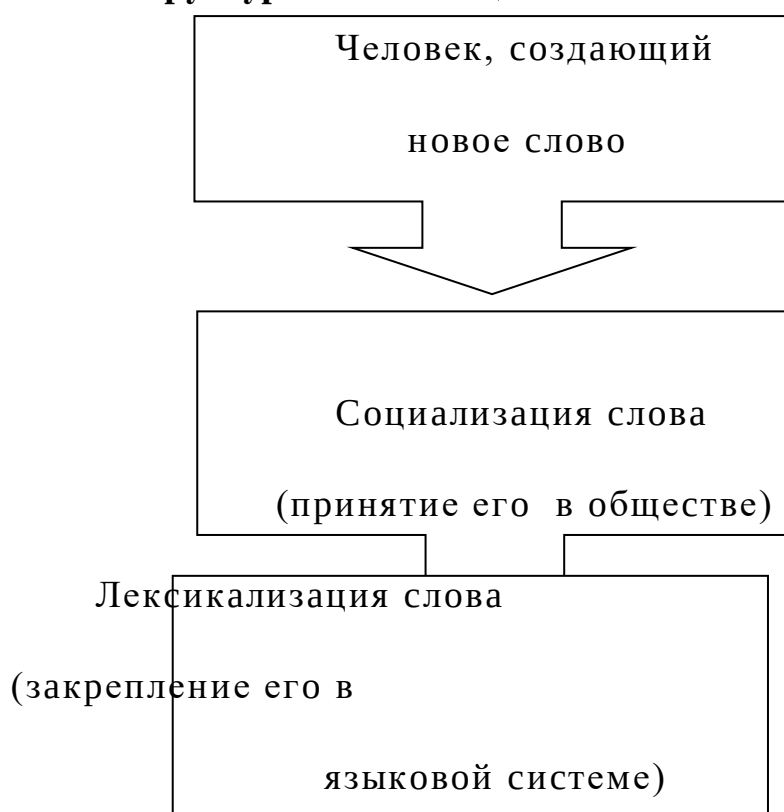
качеств формирования новых лексических единиц, возникающих при создании языка, представляющегося барометром социального развития, реагирующим на небольшие изменения в отвлеченной, социально-общественно-политической и иной сфере существования общества. Новейшее восприятие словообразования, как ключа не только лишь отдельных наименований, но и законов их создания, согласно конкретным модификациям и схемам, во взаимосвязи с экстралингвистическими условиями, позволило существенно углубить и более точно определить понятия о механизме словообразования в согласовании с установленными принципами. Само возникновение нового слова обуславливается прагматическими нуждами. Адресант информации подбирает из доступного лексического тезауруса то, что лучшим способом подходит его идеям и ощущениям. Если в лексиконе отправителя такого слова нет, он видоизменяет старую или создает новую лексическую единицу.

Новейшие лексические единицы формируются в ходе выступления как осуществление конкретного коммуникативного плана сообщающего, а не как предварительно спланированные разговаривающим единицы с целью расширения либо пополнения лексикографического резерва [30].

Важной проблемой в исследовании считается также вопрос о том, как формируются новые лексические единицы. Известно, что в действии основной номинации предмета принимает участие конкретный физиологический субъект. В процессе раскрытия новообразования, его исходной точкой является непростое сплетение интенций сообщающего и его личных желаний, поэтому мы можем говорить о персональном коннотационном контексте сообщающего. Человек, создающий новое слово, стремится к индивидуализации и оригинальности. Затем слово проходит несколько стадий социализации (принятие его в обществе) и лексикализации (закрепления в языковой системе). Слово подхватывают посредники, которые распространяют его среди масс. Это, как правило, преподаватели вузов, учителя школ, репортеры, работники СМИ. Слово фиксируется в

периодической печати. Следующий этап социализации–принятие слова массами носителей языка. То есть происходит процесс лексикализации, а затем – приобретение навыков адекватного использования нового слова, то есть приобретения носителями языка коммуникативной и прагматической компетенции. Условно «структуру неологизации» объекта действительности можно представить следующим образом (Рис.1):

Рис. 1 Структура неологизации



Процессы социализации слова и его лексикализации проходят через взаимодействие с посредниками (например: учителей, репортеров, актеров, через средства массовой информации и т. д.)

Лексикологи и лексикографы считают единицы, которые появляются в языке позднее сроков, взятых за оригинал. Производство новых лексических единиц происходит по определенным словообразовательным моделям, исторически сложившимся в этом языке. В то же время одной из ключевых проблем словообразования является проблема продуктивности модели или

способа словообразования. В настоящее время деривационные отношения являются производными по форме и мотивации содержания.

Современный английский язык имеет множество способов формирования новых слов, к которым относятся словопроизводство, словосложение, конверсия, сокращение, адъективизация, обратное словообразование, лексико-семантический метод, чередование звуков и перенос ударения в слове (фонологический метод) и др. Однако не все эти методы используются в одинаковой степени, и доля каждого из них в словообразовательном процессе различна. Такие методы, как словопроизводство и словосложение дают основное количество неологистических единиц [35, с. 14].

88% новых слов (из исследованных новообразований) создаются с помощью слов и словообразования. Другие, такие как конверсия, лексико-семантический метод, формируют новые слова в меньшем количестве, и, наконец, третьи, которые включают чередование звуков и перенос ударения в слове, являются непродуктивными и в настоящее время почти не используются, переходя в разряд исторических способов словообразования. В связи с этим принято выделять:

1. Непродуктивные аффиксы. Данные аффиксы при своем наличии в языке не создают неологистических единиц. Чаще всего представляют собой ассоциативные ряды из имеющихся ранее в языке слов. Однако слова, образованные непродуктивными аффиксами без контекстного употребления представляются неологизмами для конкретного индивида и не имеют языковой ценности для языка.

2. Продуктивные аффиксы, обладающие так называемой «абсолютной продуктивностью», при которой аффикс имеет минимальные ограничения в сфере применения в качестве словообразовательного элемента. Данная группа аффиксов позволяет создавать неологистические единицы как для общеязыковых, так и для авторских лексических полей, пополняя тем самым вокабуляр неологизмов с их дальнейшей ассимиляцией в языке.

Индекс производительности является одним из главных характеристик самых различных языковых единиц. Особое значение продуктивность имеет при описании словообразовательной модели, которая является центральным механизмом в создании новых слов. Поскольку понятие продуктивности в словообразовании распространяется и на аффиксы, то есть словообразовательные элементы, а также на способы словообразования, семантика самого слова «продуктивность» очень широка. Важно отметить, что в теории словообразования «продуктивность» имеет синонимичный термин – «словообразовательная деятельность», который относится к способности словообразующего элемента формировать новые слова. Модель, аффикс, база могут быть активны в создании новых слов и, наоборот, могут быть пассивны, т.е. с их помощью формируется или не формируется совсем небольшое количество слов.

Выводы по Главе 1

В Главе 1 были рассмотрены актуальные проблемы неологии, которые включают в себя вопросы отнесения новообразования к неологизму, необходимости создания особых словарных статей либо помет, позволяющих маркировать неологизмы, проблем нечеткости стилистической характеристике неологизмов и, как следствие, вопрос об отнесении к неологизмам слэнговых единиц, профессионализмов, терминов и других пластов лексики. Проблема определения взаимосвязи между окказионализмом, авторским употреблением лексической единицы и неологизмом так же остается нерешенной. Огромные трудности вызывает разработка программ и методов автоматического определения неологизмов и перевода неологизмов.

Ключевой проблемой неологических изысканий является также вопрос о том, как образуются новые лексические единицы. В номинации предмета принимает участие конкретный физиологический субъект, который,

пользуясь конкретными модификациями лексических единиц и схемами словообразования, во взаимосвязи с экстралингвистическими условиями, создает новую лексическую единицу. В процессе раскрытия новообразования его исходной точкой является непростое сплетение интенций говорящего и его личных желаний, поэтому мы можем говорить о персональном коннотационном контексте говорящего. Человек, создающий новое слово, стремится к индивидуализации и оригинальности. Затем слово проходит несколько стадий социализации (принятие его в обществе) и лексикализации (закрепления в языковой системе).

Теоретическая часть работы включает в себя рассмотрение нескольких основных способов образования неологизмов в английском языке. Продуктивное словообразование находится в полном соответствии с общими тенденциями продуктивного словообразования современного английского языка. Преимущественно используются морфологические способы словообразования – транспозиция, суффиксация, словосложение и сложнопроизводные модели для создания оригинальных и неповторимых авторских лексических единиц. Для того чтобы на основе ассоциативных связей вновь созданная единица языка была осознана читателем как образная, она должна быть создана на основе легко узнаваемых, привычных и легко вычленяемых читателем моделях языка (в нашем случае словообразовательных моделях).

ГЛАВА 2. Словообразовательные модели неологизмов в современном английском языке

2.1. Морфологические неологизмы английского языка

Лексика является наиболее открытой и подвижной стороной языка, которая непосредственно реагирует на происходящее в мире, отражает наши представления о различных явлениях экстралингвистической деятельности. Характерной особенностью словаря является его способность постоянно и продуктивно пополняться за счет новых слов и новых значений, которые образуются различными путями. Появление неологизмов-это прямое свидетельство жизнеспособности языка, его стремление выразить все богатство человеческих знаний, опыта и достижений цивилизации.

В связи с развитием науки, техники, культуры и других аспектов общественной жизни возникает бесчисленное множество новых слов, которые, пройдя необходимые этапы социализации (принятия в обществе) и лексикализации (закрепления в языке), включаются в активную лексику языка и пополняют запас общих слов.

Луи Гильберт предложил очень подробную классификацию неологизмов с учетом продуктивности способов образования слов. Он предлагает выделить следующие группы неологизмов по способу создания[53]:

Первая группа – это **фонологические неологизмы**, которые создаются из отдельных звуков или своеобразных конфигураций звуков. В этих новообразованиях есть некоторая искусственность. Подобные сочетания звуков нередко сочетаются с морфемами греческого или латинского происхождения. Примерами таких слов могут служить названия полимерного волокна, изобретенные в последнее десятилетие: полистирол, нейлон или термины, используемые в физике, химии, оптике и других науках:

Polychromatic – многоцветный

Monochromatic – одноцветный.

Такие неологизмы носят название собственно фонологических неологизмов.

В эту же группу входят слова, образованные от междометий (отмеждометийные неологизмы):

zizz (короткий сон) – от имитации звука, издаваемого во сне;

tobuzz (звонить по телефону) – от имитации работы телефонного зуммера.

Как видим, основа отмеждометийных неологизмов – импликация звуков и звукоподражаний.

И, наконец, к этой же группе условно относятся новые междометия типа:

Yech или yuck – междометия, выражающие сильное отвращение;

Wow – восторг, удивление;

Ouch! – вскрик от несильной боли;

Oops! – вскрик, когда человек что-нибудь роняет.

Ко второй группе неологизмов относятся заимствования. Неологизмы этой группы относятся к сильным неологизмам. Общая тенденция для них заключается в том, что они имеют фонетическое распределение, что не характерно для английского языка. У них нет мотивации, у них нетипичная для английского языка морфологическая дифференциация.

Заимствования можно разделить на четыре группы:

1. «Насамомделе» или истинные заимствования. Эти заимствования, переходя из одного языка в другой, сохраняют свою когнитивную и коммуникативную функции в полном объёме, передавая один и тот же смысл, как в родном языке, так и в языке-реципиенте. Поле заимствования языка определяется самым близким семейством языков для каждого конкретного языкового поля. Например, для английского языка, принадлежащего к романо-германской ветви языков, основным языком для неологистического заимствования является французский язык, относящийся к романской ветви. Новой тенденцией является рост заимствований из

африканских и азиатских языков, особенно японского. Неологизмы этой категории чаще всего передают понятия в области культуры:

discotheque, cinematheque – общественно-политическая жизнь;

the Duma – повседневная жизнь;

petit dejeuner – небольшой завтрак;

Ryokan – рюкан (гостиница в традиционном японском стиле) и т. д. [15, с. 50]

2. Варваризмы – неассимилированные или слабоассимилированные в английском языке единицы, отличающиеся наибольшей степенью новизны, например: *dolčevita (um.), perestroika, glasnost*. Варваризмы представляют собой группу слов, которые несут в себе характерный отпечаток той среды и культуры, из которой они пришли. Приходя в новый язык, они приносят с собой новое семантическое поле, представляющее собой целый понятийный пласт, однако они могут иметь определенные аналоги в языке-реципиенте.

3. Ксенизмы. Это неологизмы, отражающие реалии, специфику быта страны-источника, несвойственные языку акципиенту, например: *kung-fu* (кунг-фу), *ninja* – ниндзя, *guro* – тип бутерброда. Ксенизмы составляют 14% от всех заимствований и обладают большей степенью новизны, нежели варваризмы. В отличие от варваризмов ксенизмы не имеют аналогов в языке-реципиенте, хотя и представляют собой такой же хороший источник неологизмов, как и варваризмы.

4. Кальки. За последние 25 лет количество кальк в английском языке резко уменьшилось. Выделим всего три наиболее употребительные кальки – неологизма:

- *dialogue of the death* (от фр. Dialogue des sourds) – дискуссия, в которой участники не обращают внимания на аргументы друг друга;
- *gliding time* (от нем. *glietzeit*) – скользящий график;
- *photonovel* (от исп. *photonovela*) – фотороман, роман, состоящий из фотографий, обычно с диалоговыми вставками в стиле комиксов [5].

Следующая группа по способу образования называется **морфологические неологизмы**. Они создаются по образцам, существующим в

системе языка. Морфологические неологизмы включают в себя следующие способы словообразования: аффиксацию, словосложение, конверсию и сокращение.

Первая группа – это аффиксальные неологизмы. Это неологизмы, образованные путем комбинаторики аффиксов. Это может быть сложение отдельных аффиксов, их прибавление к уже имеющимся лексическим единицам. Они составляют более 1/5 новых слов, при этом многие уже существовавшие ранее суффиксы принимают новые значения. Число аффиксов, используемых при образовании новых слов и их дистрибуция в настоящий момент крайне богаты и разнообразны. За последние 25 лет в образовании новых слов было использовано 103 суффикса, 127 префиксов и полупрефиксов.

Если рассматривать аффиксальные словообразовательные группы отдельно, то в поле неологизмов, образованных аффиксальным способом, можно выделить некоторые подгруппы. Первая – это неологизмы, созданные с помощью префиксов.

Префиксы активно участвуют в словообразовании. К самым распространённым можно отнести:

cyber-: *cyberfraud* (мошенничество в Интернете); *cybercafe* (интернет-кафе), *to cyberloaf* (сидеть в Интернете в рабочее время); *to cyberski* (заниматься поиском развлечений в Интернете в свободное время);

de-: *to defriend* (удалить кого-либо из списка друзей в социальных сетях), *to deconflict* (предотвратить конфликт);

mis-: *to mistext* (отправить сообщение по ошибке другому человеку);

non-: *nonversation* (бессмысленный разговор); -able: *googlable* (то, что можно найти в поисковых системах), *microwaveable* (подходящий для приготовления в микроволновой печи) [16].

Во вторую подгруппу можно выделить суффиксальные неологизмы. Стоит отметить, что суффиксальный способ образования является одним из самых продуктивных способов создания слов в языке как таковом. Многие общезыковые лексемы были созданы именно путем прибавления

суффиксов, что позволяло разнообразить языковой вокабуляр не только новыми словами, но и новыми частями речи, образованными от уже имеющихся номинативов. Приведем несколько примеров:

-holic: *bookoholic* (человек, одержимый книгами), *chocoholic* (человек, одержимый шоколадом),

-ian: *facebookian* (пользователь социальной сети Facebook), *whovian* (поклонник телесериала «Доктор Кто» («Doctor Who»);

-ism: *ageism* (дискриминация по возрастным признакам), *gingerism* (предвзятое отношение к рыжеволосым людям), *lookism* (предвзятое отношение к человеку из-за его внешнего вида);

-land: *adland* (рекламное дело);

-ology: *boomerology* (наука изучающая родившихся в период беби-бума), *peopleology* (наука, изучающая людей);

Естественно, что наибольшей степенью новизны обладают единицы, созданные с помощью новых аффиксов и полуаффиксов. Их немало: -on, -ase, -sd, -nik, -manship, eco-, mini-, taxi-, mega-, cine-, -oholic, -gate-, -natcher, dtal-a-, flexi-, apses- [32, с.39].

Третья группа аффиксальных неологизмов образуется с помощью современных аффиксов. Ее особенность заключается в том, что данные аффиксы строго терминологизированы и закреплены за определенной научно-технической сферой (напр., *muson* – элементарная частица, *histosol* – влажные почвы, *nudnik* – нудный человек, *penmanship* – писательский стиль, *ecological* – экологический, *mini-bikini*).

Многие словообразовательные модели являются результатом вычленения из неологизмов словообразовательных элементов, т.е. аффиксы расширяют свое значение или изменяют его, например:

- aholic, вычлененный из неологизма *norkaholic* (от весьма распространенного слова *alcoholic*), расширил свое значение и обозначает одержимость чем-либо: *bookaholic*, *chocoholic*, *coffeaholic*, поэтому же по принципу

расширились и изменились значения следующих словообразовательных единиц – super-, counter-, anti-, -ism.

Следующий способ образования неологизмов – это словосложение.

Данный метод представляет прогрессивную значимость в образовании неологистических единиц. В минувшие десятилетия значимость словосложения существенно увеличилась, а число модификаций возросло. Более популярной модификацией представляется:

$N+N \Rightarrow N$ (существительное + существительное = существительное) или $A+N \Rightarrow N$ (прилагательное + существительное = существительное), например:

- *high-rise* (многоэтажный дом);
- *cloth-cap* (рабочий);
- *hard-line* (бескомпромиссная точка зрения);
- *earthday* (земные сутки);
- *antisocial networking* (добавление друзей в социальных сетях для количества);
- *bird-brain* (глупый);
- *coopitition* (кооперация соревнующихся компаний);
- *crapware* (бесполезный низкокачественный софт, который установлен по умолчанию во внедорожных ПК);
- *curb shame* (чувство человека, оставшегося ждать зелёного сигнала светофора в то время, когда все толпа перешла дорогу на красный);
- *desk monkey* (человек, выполняющий низкоквалифицированную работу);
- *Feleb* (популярная на фейсбуке личность – Facebook + celebrity);
- *flymind* (сумасшедший);
- *friendzone* (зона дружбы);
- *handshake rape* (умышленное чересчур сильное рукопожатие);
- *hocho* (горячий шоколад – hot + chocolate);
- *linkfarm* (малоинформативный сайт, состоящий в основном из ссылок-переходов на другие сайты);

- *Mac nazi* (человек, помешанный на продукции компании Apple);
- *punchline* (часть шутки, после которой все начинают смеяться);
- *sadventure* (грустное приключение);
- *sidewalk salsa* (неловкий момент, когда необходимо разойтись на узком тротуаре с человеком, который идет навстречу);
- *mouse potato* (человек, который проводит много времени за компьютером);
- *screen saver* (каменное лицо задумавшегося человека);
- *sin laws* (родители гражданской жены или мужа).

Увеличивается количество слов, где первый компонент – имя собственное:

- *Reaganomics* – рейганомика – политика Рейгана, придерживание его стиля управления.

Другой моделью, обладающей повышенной степенью продуктивности является следующая:

Part II + A:

- *laid-back* – расслабленный.

Фразы данной модификации допустимо употреблять в неофициальном общении.

Многочисленную группу составляют слова, образованные при помощи глагола после слогом модели: V + PP

Употребление слов, построенных по этой модели, также ограничено рамками ситуаций неформального общения.

- *warm-up* – разогреть мышцы посредством физических упражнений;
- *be-in* – дружеская встреча;
- *awrite-off* – вышедший из употребления;
- *lie-in* – лежачая демонстрация протеста;
- *payout* – выплата.

Усиливается тенденция образования многокомпонентных комбинаций. Более 500 единиц (12% всех сложных слов по данным Заботкиной) состоит из трех компонентов [18]:

- middle-of-the-road*–умеренный;
- head-to-head*–борющиеся в рукопашную;
- *easy-to-use*– удобный, легкий в употреблении;
- do-it-yourself*–сделай сам.

Это были традиционные модели. Новое настоящее время в английском языке появились новые модели словообразования, вот самые продуктивные из них:

Abbr+ N=>N, например:

- *T-shirt*– тенниска;
- *B-ball*– баскетбол;
- *V-ball*– волейбол.

N+ Numeral=>N

- *Catch 22* – a directive that is impossible to obey violating somebody, or some other, equally important – уловка 22 (самое широкое употребительное новообразование, появившееся в языке после выхода сатирического романа Дж. Хеллера «*Catch 22*» – «*Поправка 22*»).

Participle+N=>A

-*off-the-shelf*–готовый к употреблению

N+Particle=>A

-*hands-on*–практический

Можно встретить и более сложные модели, например:

N+Prepositional Phrase+N=>N

-*right-to-work law*

Одним из методов формирования новых языковых единиц представляется преобразование или конвертирование. Конвертированные неологизмы малочисленны, они насчитывают только 3% от всеобщего количества новообразований. Наиболее известными методами их создания является обмен имён существительных в глаголы (вербализация) и обмен глаголов в существительные (номинализация):

to amazon– совершать покупки на сайте Amazon.com;

to bed browse– осуществлять поиск в Интернете, лежать в кровати;

toColumbus–изобрести то, что уже существует;

to Dell – одержать победу над конкурентами за счет ликвидации посреднического звена (по названию компании Dell Computers, которая первой стала продавать компьютеры напрямую покупателям);

todoctor-shop– ходить от врача к врачу, чтобы получить рецепт на лекарство;

to Tarzan – делать смелый и большой шаг, чтобы достичь далекую и движущую цель, а затем повторять все вновь;

to Skype– использовать приложение «Skype»;

to soft-dock – состыковать орбитальные станции без посредства механических приемов;

to starbuck– пить кофе, особенно это касается кофейни “Starbucks”;

to webspeak– осуществлять общение в Интернете;

to weblog– вести блог в Интернете;

to webglow – выглядеть на фотографии в социальных сетях лучше, чем в жизни;

to whitelist– поместить название, адрес электронной почты, адрес веб-сайта или программу в список ресурсов, не содержащих спама или вирусов.

Для конвертируемых неологизмов, также как и для неологизмов, образованных путем аффиксации и словосложения, свойственна направленность к формированию многокомпонентных строений типа:

- *work-to-rule*– выступление рабочих с требованиями соблюдать все пункты трудового договора.

Помимо основных моделей образования конвертируемых неологизмов $N > V$ и $V \Rightarrow N$ существуют и другие, например:

Prefix $\Rightarrow N$ or A

- *hyper* – взволнованный;

- *taxi* – нечто большого размера, или:

Abbr $\Rightarrow V$, например:

- *R.S.V.P.* (от фр. *Respondersilvousplait*) – ответьте, пожалуйста (в письмах).

Чтобы определить суть конверсии, вновь обратимся к рассмотренным моделям.

N (неод.) => *V*. При образовании неологизма по этой схеме происходит приглушение семы «предметность» и добавление семы «действовать посредством предмета» (*tocassette* – ставить кассету в магнитофон), а при образовании неологизмов по модели *N* (одуш.) => *V* происходит приглушение семы «лицо» и добавление семы «действовать подобно лицу» (*tobutterfly* – летать по городу без цели подобно бабочке) и т.д.

Подобный способ раскрывает истинное назначение преобразования или конверсии. Сущность конверсии равно как метода создания неологизмов допускает объединить к последующему: при конверсии совершается концентрирование нахождения определения, т.е. прибавляются новые семы [33, с. 9].

Необходимо отметить значительную группу неологизмов, создаваемых с помощью лексических сокращений. Аббревиатуры применимы в абсолютно всех жанрах британского языка, однако зачастую попадают в разговорном стиле и в сленге. Вдобавок одной из самых распространенных сфер употребления английских сокращений является наименование заметок в социальных сетях, активных разговорах и постах. Преимущество аббревиатур поясняется некоторыми факторами: экономией, жадой оказать воздействие на читателя необычностью и выразительностью заголовка, жадой привлечь внимание и заинтересовать его. Аббревиатуры и акронимы занимают большое место среди аббревиатур. Чаще всего аббревиации подвергаются технические термины и обычно аббревиатуры употребляются чаще, чем термины:

- *E.V.A.*(*extravehicularactivity*) – работа в открытом космосе;
- *R.E.M.* (*rapideyemovement*) – движение глаз во время фазы быстрого сна;

- Канала MTV (музыкальное телевидение);
- BBC – (Британская радиовещательная Корпорация). Как правило, аббревиатуры произносятся по буквам.

Акронимы произносятся как полные слова:

- WAY (worldAssemblyofYouth) международная ассамблея молодежи;
- SALT (StrategicArmsLimitationTalks) – переговоры по ограничению стратегических вооружений.
- NORAD (North American Air Defence Command) – командование североамериканских ВВС;
- GTK (полезно знать – good to know);
- LBD (маленькое черное платье – little black dress);
- MMORPG (массовая многопользовательская ролевая онлайн-игра);
- OTP (по телефону – on the phone);
- Ochem (органическая химия – organic chemistry);
- WFH (удаленная работа – work from home).

Рассмотрим неологизм *bubbletea*. Основным словом, отражающим лексическое значение, является слово *tea* (чай) – зеленый чай и черный чай, обозначающие различные сорта чая. Толкование этого образца на английском языке – «*Afrothymix oficedtea, milk and fruit juice*». Русское определение слова – пенящийся коктейль из ледяного чая, молока и фруктового сока.

Вся формальность слова *sandwich generation* несет в себе лексическое значение «люди, которые закончили воспитывать своих детей и теперь должны заботиться о своих родителях». Изучаемое слово образовано построением двух простых слов на базовой модели N+N=N.

Следующее слово, выбранное для исследования – *Buzzwordbingo*. Это слово состоит из трех баз (*buzz + word + bingo*), функционирующих как один. Определение изучаемого слова – «игра слов, в которую играют во время

корпоративных встреч». Русский перевод – игра со словами во время корпоративной встречи.

Комплекс *Wordskyscraperad* состоит из трех корневых морфем (sky+scraper + ad), соединенных в единую лексическую единицу. Определение отражает значение слова – «реклама, которая проходит вертикально вниз по стороне веб-страницы», что означает рекламу, расположенную вертикально на веб-странице. Сложные слова образуются за счет сокращения одной из составляющих.

Особый интерес представляют слова, принадлежащие к определенной группе слов – сокращенной форме сложных слов (сокращенных соединений).

- Компонент первого слова – сокращенная форма.

Яркие примеры: *N-Gen*, *T-ray*, *V-commerce*. Слова N-го поколения (Нео-поколение) иллюстрирует уменьшение первого корня слова и усечение второго слова. «Поколение, рожденное с момента появления персонального компьютера», что означает – поколение людей, рожденных в эпоху компьютеризации. *V-commerce* – «голос-коммерция; автоматизированные операции, проводимые с помощью компьютера или телефона с помощью голосовых команд» – это компьютер или телефонное устройство, использующее голосовые команды. *T-ray* – «Терагерцовый луч; электромагнитное излучение, создаваемое на терагерцовых частотах» – электромагнитное излучение на волне терагерцевых частот.

- Сложное слово, образованное моделью повторения двух корневых базисов.

Сложное слово, состоящее из двух повторяющихся корневых баз, иллюстрирует модель редупликативного соединения. Такой пример – *chicki-chicki*, которое имеет значение «дорогое украшение» – дорогое драгоценное украшение[12].

- Еще одним способом создания неологизма путем лексического сокращения является слияние.

Данный способ имеет несколько разновидностей.

1) основа + усечение.

Слово *carbage* представляет собой слияние двух существительных – *car* + *garbage*, где первый компонент является полноценной основой, а второй – усеченным элементом, что означает «мусор, который накапливается в некоторых автомобилях», особенно на заднем сиденье.

2) усечение + усечение.

Неологизм *comchini* образуется при слиянии двух существительных (комбинация + бикини). Значение неологизма легко понять из значений составляющих его слов – «сочетание верха с низом бикини». Русское определение неологизма – костюм, состоящий из топа и бикини.

Составные компоненты неологизм *jumbrella* – это сплав слон и зонтик, что означает «большой зонтик, в частности используется для покрытия открытой террасы ресторана или бара». *Jumbrella* – это большой зонтик, который защищает внутренний дворик ресторана или бара от солнца.

Wedmoon состоит из двух компонентов *wedding* + *honeymoon*, в которых происходит усечение заключительной части первого компонента, и усечение начальной части второго компонента. «Отпуск, который включает в себя как свадебную церемонию, так и медовый месяц». Русское определение неологизма – это отдых, который включает в себя свадебную церемонию и медовый месяц.

3) аббревиатура + английский компонент

Особый интерес представляет неологизм *Denglish*, который формируется начальной буквой *D*, означающей *Deutsch* и полную составляющую английского языка. Слияние в одну лексическую единицу *D* + *English* = *Denglish*, *neologism* означает «речь или текст, который использует смесь немецких и английских слов». Из определения понятно, что в основе лежит слияние двух языков, которые формируют речь представителей Германии и Англии.

4) аббревиатуры, состоящие из сочетания букв.

Неологизм-аббревиатура *DWB* является лексической аббревиатурой начальных букв основного слова. Аббревиатура имеет определение «вождение автомобиля в ночное время».

5) аффикс-ing.

Неологизм *crocodiling* формируется с аффиксом -ing. Проставление занимает первое место среди производительности. *Crocodiling* имеет значение «процесс накопления вагонов на дорогах в час пик».

Таким образом, языку свойственно повышение смысловой возможности при помощи крупных, смысловых многообразных деривационных баз. Отмечается определенное разграничение морфологических неологизмов согласно разным отраслям их использования: информационные технологические процессы, бытовая сфера и другие области.

Очевидно, что процесс словообразования идет в согласовании с правилами словообразования в рамках концепции строя английского языка. Весьма результативными стали более известные деривационные способы: микроприставка, морфема, объединение корней, противоположное словосложение, сокращение. Тенденция использования деривационных ресурсов является логичной и естественной. Носители любого языка стремятся к взаимопониманию, чтобы слушатели и читатели могли легко их понять.

В свою очередь, в связи с тем, что поведение человека подчиняется закону наименьших усилий, в действие вводятся принципы аналогии и экономии языка.

Говоря о синтаксических особенностях общения в сети Интернет, обратим внимание на частое использование различных типов эллиптических предложений:

- одноцепочечный, или семантический (если следовать классификации эллипса, предложенной Е.В. Иваниловой), в котором отсутствуют

вербальные формы в позиции субъекта и предиката, а то, что опущено, предполагается на основе контекста:

And, with that, we can all have a good slumber. Nighty!;

- двойные слова прямого порядка (без когерентных и вспомогательных глаголов) или синтаксические, в которых эллиптическая часть построена таким образом, что можно точно определить, что не выражено:

It's about to start! @midnight in a few min!!! I was super nervous. Hope you like it!!! При этом, следует отметить, что чаще всего тема опускается. Микроблогполон предложений в императивном настроении (утвердительно отрицательно с уменьшенными вспомогательными глаголами):

Don't demand what you can't offer... that's annoying.

В дополнение к эллиптическим предложениям, сообщество социальных сетей использует обезличенные, простые, условные предложения. Как и в случае с лексикой, причина этого заключается в том, что анализируемый микроблог является своеобразным проявлением особой формы речи, которая существует при прямом отсутствии общения учителей. Для того чтобы добиться его динамизма, эмоционального напряжения, необходимо следовать принципу экономии.

Характерной особенностью социальных сетей, являющихся источником современных неологизмов является аграмматизм. Это выглядит следующим образом:

- в недостаточной или неверной расстановке знаков препинания:
sundaysweremadefordrinking. gobills.
- в ошибках при построении активной речи:
with effort comes reward или i don't have nothing
- в неправильном употреблении прописных букв на письме:
shit is gonna be bonkers i'll tell you that!!
- в коверкании слов:
Сmonnow...
- в написании слов и фраз небуквенными элементами:

Gucci & Future x flossing или I'm performing at #923NOW's #Halloween show[53].

Степеньagramматизма в социальных сетях велика. Около половины пользователей пишут совершенно неграмотно. Очевидно, что языковые нормы игнорируются. К этому можно относиться по-разному. Можно не согласиться с мнением Е.И. Бреусовой о том, что «повседневное общение в его письменных разновидностях не требует полной последовательности написания, хорошей каллиграфии и прочего в соответствии с принципом необходимой и достаточной степени речевых затрат усилий на развитие удовлетворительной письменной коммуникации результата» [11, с. 35]. Другими словами, ошибки не мешают пониманию текста, акцент на грамотность, наоборот, мешает сконцентрироваться и точно выразить мысли, или негативно влияет на скорость письма. Пользователи социальных сетей, вероятно, не видят смысла в следующей нормативной пунктуации. Они, как и в случае с лексическими единицами, придерживаются принципа экономии коммуникативных усилий и в соответствии с ним избавляются от всего лишнего и «ритуального». Однако никто не отменил понятие нормы языка. Со временем их, возможно, потребуется пересмотреть, но не игнорировать. Как правильно отмечает Н.Д. Голев, «трудно оспорить тот факт, что знание орфографии и пунктуации нормы является признаком культурного человека и что следует приветствовать все проявления его культурализма, в том числе словесные»[14, с. 16]. Отказ от норм, по нашему мнению, может привести к хаосу в языке и поставит под вопрос само понятие филологии как науки, и, как следствие, может оказать негативное влияние на языковое сознание индивида.

Итак, **морфологические неологизмы** – новообразования, созданные по образцам, существующим в системе языка. Морфологические неологизмы включают в себя следующие способы словообразования: аффиксацию, словосложение, конверсию и сокращение. Отмечается определенное разграничение морфологических неологизмов согласно отраслям их

использования: информационные технологические процессы, бытовая сфера и другие области. Очевидно, что ход словообразования идет в согласовании с правилами словообразования в рамках концепции строя английского языка.

2.2. Семантические неологизмы английского языка

Семантический неологизм – лексическая единица, обладающая новым значением наряду с сохранившимся старым значением. Отметим, что каждый появившийся семантический вариант влечет за собой изменения в прагматике, расширяя прагматику всей лексемы, так как увеличивается диапазон ситуаций и контекстов ее использования, и, следовательно, ограничений на ее употребление.

Семантический материал, предоставленный двумя авторитетными источниками – Оксфордским словарем английского языка (Oxford Advanced Learner's Dictionary) и Словарем английского языка Макмиллан (Macmillan Dictionary), представляет собой широкое поле для исследования и позволяет проводить глубокий сравнительный анализ общеязыковых единиц и неологизмов одного языка [55].

Словарь английского языка Макмиллан ведет буквально ежедневную фиксацию новых по форме и по значению, ранее не зафиксированных слов, но не отмечает развития новых значений. При этом сами редакторы словаря называют эти слова *Buzz Words*, что в словаре Коллинз объясняется следующим образом: *buzzword* – (informal) a word, often originating in a particular jargon, that becomes a vogue word in the community as a whole or among a particular group (слово, зачастую появившееся в конкретном жаргоне, но ставшее модным в широких кругах или в какой-то конкретной группе людей).

В современный период прослеживается увеличение прежних и возникновение новых сфер номинации, спровоцированные бурным развитием науки, технологических процессов и медиа. Тем не менее,

формирование номинативной функции языка отображается не только лишь на расширении и обновлении дискурсивной области названия предмета или понятия, но и в изменении методов номинации. Установлено, что в различные исторические временные рамки в формировании стилей преобладают различные виды формирования категорий. Необходимо отметить, что номинативная роль слова формируется не только лишь вследствие воздействия социолингвистических условий, но и при развитии социального навыка лингвоносителей. Немаловажную значимость представляет модификация самих способов номинации. Различные типы создания номинаций преобладают в языке согласно имеющимся временным рамкам развития языка в разные эпохи (здесь следует понимать языковые нормы текущего временного периода), и в разных языках существуют определенные типы активных номинативных процессов.

Лексическая система языка накладывает определенные ограничения на творческую деятельность людей, создающих новые слова.

Под аспектом новизны понимается достаточно относительный термин, который предполагает факт отнесения номинатива к понятию неологизма, и, следовательно, из-за отсутствия единства осознания того, что же собственно является неологизмом, возникает вопрос: является ли неологизмом лексическая единица, обладающая новым значением (наряду с сохранившимся старым значением), ранее не имевшим вербального оформления и не внесенным в список слов общеязыковой нормы?

Следует отметить, что Оксфордский словарь сохраняет синхронную фиксацию не только новых слов по форме, но и новых значений существующих слов в языке и новых устойчивых фраз. Например, в словарной статье слова *architect* отмечается новое значение, появившееся в 2017 г. – (computing) a person who designs or puts together a program or computer system.

We are looking for an IT data architect to work within our Systems Architecture team.

Таким образом, под семантическими инновациями мы понимаем новые значения уже существующих слов. При этом возможны следующие варианты:

- 1) старые слова полностью меняют свое значение, утрачивая ранее существовавшее;
- 2) в семантической структуре слова появляется еще один лексико-семантический вариант при сохранении всех традиционных.

Среди семантических инноваций последних десятилетий преобладают единицы второго типа. Акцентируем наше внимание на то, что социальные сети – это не только место для общения, но и источник последних новостей, так как они вызывают огромный интерес, особенно новости, связанные с жизнью знаменитостей и различными культурными событиями. Вот некоторые выдержки из статей:

- 1)
blind that does not distinguish between people on the basis of the quality mentioned, or favour one group over another - слепой, который не проводит различия между людьми на основе упомянутого качества или отдает предпочтение одной группе над другой.

In a piece of gender-blind casting, Hamlet is played by British actress Maxine Peake. В пьесе слепого кастинга Гамлета играет Британская актриса Максин Пик.

- 2) *bandwidth* [uncountable] the energy or capacity that you need to do something – пропускная способность энергии или мощности, что вам нужно сделать что-то.

The team does not have the bandwidth to take on new projects at the moment. У команды нет пропускной способности, чтобы взять на себя новые проекты в данный момент.

- 3) *canter home/to victory/to a win (in sport) to win easily* – легкий путь к победе / к победе (в спорте), чтобы выиграть легко

Australia cantered home by 10 wickets. Австралия легко победила со счетом 10 очков в ее пользу.

4) *cascade* to pass information, knowledge, etc. to a person or group so that they can pass it on to others; to be passed on in this way - каскад для передачи информации, знаний и т. д. к человеку или группе, чтобы они могли передать его другим; передаваться таким образом

Managers cascade training to the health workers on how to enrol women into the study. Руководители организуют для медицинских работников подготовку по вопросам привлечения женщин к участию в исследовании.

5) *deprived* suffering from a lack of the thing mentioned – лишенный страдать от недостатка вещи упомянутой.

This movie is seriously humour-deprived.

6) *epiphany* [countable] (literary) a sudden and surprising moment of understanding – прозрение, (литературный) внезапный и удивительный момент понимания.

She had an epiphany and realized it was time to leave her job and become a full-time artist. У нее было прозрение и она поняла, что пришло время уйти с работы и стать художником на полную ставку.

7) *glitch* [uncountable] a type of electronic music that uses sound recordings and electronic instruments that have been made to work incorrectly so there are deliberate glitches in the sound – глюк. Тип электронной музыки, которая использует звуковые записи и электронные инструменты, которые были сделаны, чтобы работать неправильно, так что есть преднамеренные глюки в звуке.

Their style embraces everything from hip hop and funk to techno and glitch. Их стиль охватывает все, от хип-хопа и фанка до техно и глитч.

8) *kicks* a soft shoe that you wear for sports or as informal clothing – мягкая обувь, которую вы носите для спорта или в качестве неофициальной одежды;

The actor wore denim, a simple tee and a nice pair of kicks. Актер надел джинсы, простая футболка и пара спортивных ботинок.

9) *own something* (especially US English, informal) to be completely successful, especially in a competition; to completely defeat an opponent or rival – иметь что-то (особенно американский английский, неофициальный), чтобы быть полностью успешным, особенно в конкурсе; полностью победить противника или соперника.

She owned the stage, performing a medley of hit songs. Она владела сценой, исполняя попурри из хитов.

10) *protect something* (against/from something) (computing) to restrict access to data, a webpage, etc., for example by using passwords or encryption (= special codes) – защищать что-то (против/от чего-то) (вычислительный) ограничить доступ к данным, веб-страницы и т. д. например, с помощью паролей или шифрования (= специальные коды).

All these pages are password-protected. Все эти страницы защищены паролем.

11) *share* [countable] the action of sending on a message on a social media website or application for other people to see – доля, действие отправки сообщения на веб-сайте социальных медиа или приложения для других людей, чтобы увидеть.

12) *view* [countable] an occasion when a video is watched online – просмотр [Счетный] случай, когда видео просматривается в интернете.

His performance went viral, attracting over 8 million views on YouTube. Его выступление стало «вирусным», привлекает более 8 миллионов Просмотров на YouTube.

13) *wheelhouse* (North American English) a person's area of expert knowledge or experience – рулевая рубка (североамериканский английский) область экспертных знаний или опыта человека;

The movie has superstar DiCaprio in a role that is right in his wheelhouse. Фильм заполучил суперзвезду ДиКаприо для роли, созданной специально для него.

Если рассмотреть вариативность перевода, можно отметить, что зачастую семантическое поле неологизма изначально принадлежит обще-семантическому полю лексемы. Однако, при использовании в иных контекстуальных обстоятельствах, добавляя новые слова или аффиксы, можно создать для неологизма его собственное поле употребления [51].

Некоторые единицы ограничены в употреблении американским вариантом, ситуациями неформального общения, когда коммуниканты находятся в равных социальных и возрастных отношениях.

В целом, среди семантических инноваций наблюдается тенденция к образованию более абстрактных лексико-семантических вариантов слова, где преобладает расширение значения. Специализация значений менее характерна для последних десятилетий. Семантические неологизмы в большей степени, чем другие виды новообразований, употребляются в сленге.

Выводы по Главе 2

Неологизмы являются одним из способов пополнения словарного состава языка. Главное качество неологизмов, отличающее их от всех других единиц словарного состава языка – новизна. По способу образования неологизмы подразделяются на морфологические, семантические, фонологические и заимствования.

Морфологические неологизмы меньше неологичны, т.е. у них минимальный уровень языковой новизны в связи с тем, что они формируются согласно стандартам, имеющимся в языковой концепции, и с помощью

морфем, присутствующих в представленной концепции. Мы говорим о таких систематических деривационных действиях, как префиксация, словосложение, сокращение и лексикализация.

Аффиксальные единицы, согласно языковой словообразовательной норме, формируются полностью в русле английских деривационных правил словообразования, их морфологическое устройство и лексическое значение и значимость помещаются в сформировавшееся у носителей английского языка определенное лексико-семантическое поле. Следовательно, возникновение неологизмов осознанно воспринимается носителями языка только лишь в случае, если они понимают «свежесть» означаемого.

Среди сложных неологизмов в целом преобладают двухкомпонентные единицы. Основными моделями продолжают оставаться следующие: $N + N > N$; (noun + noun > noun), $A + N > N$. (adjective + noun > noun). Конверсия как способ создания новых слов без помощи словообразовательных элементов значительно снизила свою активность и уступает всем другим видам словообразования (3% от общего количества неологизмов). Среди сокращений большое место занимают аббревиатуры и акронимы. Чаще всего аббревиации подвергаются технические термины, названия групп и организаций. Обычно аббревиатуры употребляются чаще, чем сами термины.

Под семантическими неологизмами мы понимаем новые значения уже существующих слов. При этом старые слова могут полностью поменять свое значение, утрачивая ранее существовавшее, или в семантической структуре слова появляется еще один лексико-семантический вариант при сохранении всех традиционных. В целом, среди семантических инноваций наблюдается тенденция к образованию более абстрактных лексико-семантических вариантов слова, преобладает расширение значения. Специализация значений менее характерна для последних десятилетий.

Глава 3. Семантические и морфологические неологизмы социальной сети Facebook

3.1. Семантический анализ неологизмов социальной сети Facebook

Систематическое изучение неологизмов и заимствованных слов как отдельной разновидности неологизмов дает ответы на различные вопросы, связанные с тем, как меняется лексический состав языка с течением времени и, в частности, как словообразующие модели интегрируют новообразованные лексические единицы в язык и как они адаптируются. Помимо формальной стороны вопроса, представляет интерес и семантика лексем, а именно развитие наиболее актуальных семантических полей, лексических отношений

внутри них и полисемия лексем в рамках повседневной живой коммуникации на английском языке. Поэтому нами была выбрана социальная сеть «Facebook», которая, на наш взгляд, наиболее ярко иллюстрирует примеры употреблений новообразований в бытовых коммуникативных ситуациях и занимает лидирующую позицию по количеству англоязычных пользователей.

По данным официального сайта социальной сети, глобальная аудитория Facebook в сентябре 2015 года насчитывала около 1,23 млрд. активных пользователей. Этот факт является основополагающим критерием выбора данной социальной сети для проведения исследования, так как благодаря ежедневной обновляемости постов и комментариев многомиллионной аудитории «Facebook», мы смогли проследить частотность употребления новейших семантических и морфологических неологизмов, которые помогли нам маркировать словообразовательные модели новообразований и продемонстрировали общие тенденции развития словообразовательных средств английского языка.

Словарь неологизмов, описанный в этой главе, построен из корпуса анонимизированных постов и комментариев социальной сети «Facebook». Корпус был получен из англоязычного публичного сегмента социальной сети посредством непрерывной и селективной выборки. В набор данных входят сообщения от пользователей с «открытым» профилем. Эти профили читаются всеми остальными пользователями социальной сети.

Извлечение неологизмов из анонимизированных постов и сообщений осуществлялось 3,2 млн. пользователей социальной сети. В этом эксперименте рассматривались только английские тексты. В таблице 1 приведены основные параметры корпуса текстов Facebook, используемых в данной работе.

Исследуемый корпус содержит пользовательские посты на период с 2015 по 2018 год [46].

Таблица 1. Статистика корпуса постов и комментариев Фейсбука

Параметр	Значение
Количество анонимизированных пользователей	3.190.813
Язык	Английский
Количество проанализированных постов	762
Количество комментариев	265
Количество текстов (посты и комментарии)	1072

Для построения словаря неологизмов лексико-семантического поля «Социальные сети» использован следующий подход:

1. Построение частотного словаря. Каждый текст (пост или комментарий) подвергался морфологическому и словообразовательному анализу.

2. Морфологическая маркировка частотного словаря. Полученный частотный словарь помог выявить частотные слова Facebookfrequency.

3. Лингвистическая фильтрация словаря. В результате фильтрации, мы получили гораздо менее абстрактный перечень словарных слов, которые часто используются пользователями социальной сети. Однако в этот список включено большое количество маркированных слов, которые нельзя отнести к неологизмам. Во-первых, в этот список входят многие названия географических объектов, имена, фамилии, названия организаций и т. д. Во-вторых, словарь получил общий сокращенный словарный запас. Поэтому был проведен дальнейший фильтр списка выделенных слов, из которого были удалены слова, найденные в поисковой системе Яндекс.Словари.Результатом этого этапа является список из 80 популярных неологизмов, извлеченных из корпуса текстов социальных сетей.

4. Лингвистический анализ словаря неологизмов. Классифицирован список неологизмов по семантике словообразования и паттернам.

Перейдем к более подробному анализу используемых неологизмов в соответствии с их принадлежностью к частям речи. Также в ходе рассмотрения будут дополнительно указаны способы образования данных неологизмов.

Первая группа – существительные.

Первая подгруппа – семантическое поле с корнем –selfie. Способ образования – словосложение.

1. Helfie – фотоснимок собственной стрижки, прически. (hair selfie);
2. Felfie – фальшивое селфи, например, на фоне телевизионного изображения райских островов (fake selfie);
3. Belfie – фото «пятойточки» (buttocks selfie);
4. Farmselfie – автопортрет фермера на фоне его угодий;
5. Drelfie – селфи подшофе (drunken selfie);
6. Legsie – снимок собственных ног, часто на фоне живописного пейзажа;
7. Shelfie (или bookshelfie) – фотография книжной полки как демонстрация широты интересов и глубины познаний;
8. Welfie – снимок собственного подтянутого тела в модном спортивном костюме на фоне тренажерного зала;
9. Someoneelsie – когда мама хотела сделать селфи, а получилась какая-то размытая ерунда, потому что она не знает, как правильно держать телефон.

Вторая подгруппа – семантическое поле «FacebookOptions». Способы образования – аффиксация, сокращение.

1. Deface – удалить «друга» из facebook из-за того, что вы когда-то случайно добавили его / ее, а теперь он вам просто не нужен;
2. PROPS – «респект». Выражение уважения, признания. Происходит от «properrecognition»;

3. Paragraphtexter тот, кто любит отвечать огромными сообщениями.

Третья подгруппа –семантическое поле «Computer/ Internet». Способ образования – словосложение, сокращение, аффиксация.

1. Li-Fi –когда при бесплатном входе в вай-фай, всё равно нужно где-то зарегистрироваться;

2. Googlesearchfan – тот, кто утверждает, что он преданный фанат какой-либо группы, но не может назвать ни одной ее песни без поиска в гугле;

3. Macboy –абсолютный фанат фирмы Apple, считающий, что эта продукция идеальна;

4. Cyberpretty –когда человек выглядит хорошо только на аватарке, так что в реальной жизни его не узнать;

5. Cyberloafing –когда офисные сотрудники используют рабочий интернет в своих личных целях;

6. Emojiilliterate –тот, кто не понимает значения эмоджи;

Семантическое поле «Emotions». Основной способ образования – словосложение.

1. Acquaintancezone –зона знакомства (как френдзона, только хуже);

2. Platonicjealousy –когда близкий друг гуляет с кем-то еще, помимо тебя;

3. Contactsad –грусть из-за негативных комментариев под своими постами;

4. ContactShame –когда вы видите что-то такое смущающее, что начинаете испытывать стыд за увиденное;

5. Nameshame–когда уже слишком поздно спрашивать имя человека, рядом с которым постоянно находишься;

6. Beardshame – борода, которую должен отрастить парень после того, как его бросила девушка;

7. **Datenapping** – когда ты на таком скучном свидании, что буквально засыпаешь;

8. **Punchpology** – извиниться перед кем-то и сразу же его обидеть.

Четвертая подгруппа – семантическое поле с корнем *Helicopter*.
Способ образования – словосложение.

1. **Helicoptergirlfriend** –немного невротичная, в хорошем смысле, девушка, которая активно участвует в повседневной жизни своего парня;

2. **Helicopterparents** –родители, которые всегда настороже и готовы в любую секунду прийти на помощь;

Пятая подгруппа – семантическое поле «CharacterTraits». Способ образования – словосложение, перефраз.

1. **Loudmouth** –болтун, трепло, тот, кто сначала говорит, а потом уже думает;

2. **Freshmanatlife** – тот, кто обычно задаёт глупые вопросы = «будто вчера на свет родился»;

3. **Jackofalltraits** –корректный способ описать человека с множественным расстройством личности;

4. **Recessionista** –человек, который умеет модно и стильно одеваться, имея скромный бюджет.

Шестая подгруппа – семантическое поле с корнем – man/woman/ kid (человек). Способ образования – словосложение, сокращение.

1. **Sidelinehater** –псевдодруг;

2. **Chargebuddy** –коллега по работе, с которым вы всегда делитесь зарядкой;

3. **Manchair** –лавочка, где мужчины обычно ждут своих жен, занимающихся шопингом;

4. **Manflu** –легкое недомогание, расценивающееся мужчинами как смертельный недуг;

5. **Mom-com** – романтическая комедия, ориентированная на мамочек;

6. Footballwidow – женщина, теряющая своего мужа на время футбольных матчей;

7. Kidult –взрослый человек, любящий мультики, игрушки, комиксы, игры и все такое;

8. Screenager –подросток, который все время проводит у экрана компьютера.

Седьмая подгруппа– семантическое поле «Work». Способ образования – словосложение.

1. Funemployment– счастливое время в жизни, когда ты еще не работаешь и не хочешь;

2. Wantrepreneur–тот, кто уже несколько лет говорит о создании своего бизнеса и всё никак его не сделает;

3. Graymarket –термин, используемый маркетологами для обозначения покупателей пенсионного возраста;

Восьмая подгруппа – семантическое поле «Food». Способ образования – словосложение, сокращение, создание семантического неологизма.

1. Cookbynumbers – еда, которую надо просто разогреть в микроволновке;

2. Snakemeal – огромная порция чтобы наестся одной на целый день;

3. Chickenatarian –тот, кто не ест никакого другого мяса, кроме куриного.

Восьмая подгруппа –группа MiscellaneousNouns. Способ образования – словосложение, сокращение.

1. Folex (fakeRolex) –подделка дорогих часов;

2. iHaircut –очень незаметные изменения в причёске или во внешности;

3. Paradewave –легкое помахивание рукой вполсилы в течение продолжительного периода времени (например, на параде);

4. Crowdway – путь, или скорее тропа, которую вы прокладываете в толпе людей (на концерте, например).

Вторая группа – неологистические глаголы.

Первая подгруппа – семантическое поле «Computer/ Internet». Способ образования – словосложение.

1. Tonetforget – когда вы заходите в интернет и забываете, что, собственно, вы хотели найти;
2. Tofriendscape – своеобразная «чистка» списка друзей;
3. Totechnocamp – отдыхать от гаджетов.

Вторая подгруппа – семантическое поле «Emotions». Способ создания – словосложение, сокращение, создание семантического нелогизма.

1. Toverbalpunch – намеренно кого-то оскорблять;
2. Todefinetherelationship – когда два человека пытаются определить что между ними происходит;
3. Tocatchfeelings – влюбиться в самый неподходящий момент;
4. Tocolgatekiss – целоваться сразу после чистки зубов;
5. Tochilax – успокоиться или расслабиться;
6. Tobrainspin – когда всю ночь не можешь заснуть, потому что все время о чем-то думаешь и прокручиваешь в голове события прошедшего дня;
7. Todig – «ловить кайф», «тащиться»;
8. Togetbig – фраза перед тем, как собраться сделать что-то сверх меры;
9. Tocheese – очень широко и неестественно улыбаться;
10. Tochinwag – слово «chin» означает подбородок, towag – кивать, а вместе – приятная, долгая беседа (во время которой собеседники кивают друг другу в знак понимания);
11. Tosneezetease – когда вот-вот чихнешь, организм уже напрягся, но в итоге не чихаешь;
12. Lol'dirl – (laugh out loud, in real life) – проорать в голос;

13. To airjack – подслушивать разговор, до которого вам не должно быть дела.

Третья подгруппа – семантическое поле «Food». Способ образования – словосложение.

1. To windoweat – рассматривать содержимое холодильника, но в итоге так ничего из него не взять;

2. To shopnaked – покупать вещи в интернет-магазине.

Четвертая подгруппа – Miscellaneous Verbs. Способ образования – создание семантического неологизма, словосложение.

1. To whoopsiewave – когда вы машете рукой своему знакомому, а другой человек ошибочно думает, что ему и машет вам в ответ;

2. To cutcorners – экономить время и усилия, находя легкие пути решения проблемы;

3. To flip your money – удвоить свои накопления;

4. To brand-drop – невзначай упомянуть о том, что вы носите дорогой бренд одежды;

5. To budgeur – просить кого-то потесниться и освободить для вас место.

Третья группа семантических единиц – прилагательные. Здесь, в основном, выделяется одна подгруппа – группа Miscellaneous Adjectives. Способ образования – словосложение, аффиксация.

1. Potatoquality – фраза для описания видео плохого качества;

2. Grody – что-то отвратительное, грязное или просто непривлекательное;

3. Dodgy – хитрый, изворотливый, ненадежный, подозрительный, не заслуживающий доверия, «стремный»;

4. Swamped – завален работой, делами; очень занят; дел по горло; загружен;

5. Sheeply – люди, которые не в состоянии думать своей головой, не имеющие собственного мнения;

6. Easylike—так называют в социальных сетях друзей, которые всегда ставят лайки на ваши посты, возможно, даже не читая их.

Рассмотрев, таким образом, три основных группы неологизмов, выявленных в ходе изучения активного вокабуляра социальной сети «Фейсбук», можно сделать вывод о том, что основным способом образования новых лексических единиц является словосложение.

3.2. Классификация неологизмов социальной сети Facebook

Для понимания языковой вариации важно понимать метод словообразования, его морфологические и синтаксические свойства, а также то, как он используется. Руководствуясь выборочным материалом, мы классифицировали полученный список слов по четырем основным критериям: часть речи, тип словообразования, словообразовательная модель и субъект. Мы считаем эти характеристики наиболее показательными при анализе современных заимствований и неологизмов.

Части речи представлены тремя основными классами: существительное (N), существительное-модификатор (Nmod), прилагательное (Adj), глагол (V). Что касается словообразовательных характеристик, то классификация по словообразовательному типу соответствует традиционному грамматическому делению лексем на формируемые по суффиксу, приставке, суффиксу и словообразованию, преобразованию и аббревиатурам.

Словообразовательные модели представляют собой сочетание основы слова, написанного дефисом, и элементов, участвующих в словообразовании: префиксов (-), суффиксов (^) и др. Наконец, предмет слов как основа классификации делит слова этого списка на семантические поля, к которым они относятся. Наиболее многочисленными по составу являются семантические поля «компьютер / интернет», «эмоции» и семантическое поле с корнем – селфи.

Следует отметить, что это деление на семантические поля условно, так как одно и то же слово может принадлежать разным полям. Поэтому, в спорных случаях, мы обычно предпочитали большее поле.

В результате систематизации семантических и морфологических неологизмов, мы пришли к следующим выводам:

1. Предсказуемо, что большинство неологизмов—это слова английского происхождения. Кроме того, есть также семь слов, содержащих корни иностранного языка, из которых одно слово имеет японский корень Emoji, еще 6 имеют смешанное происхождение, т.е. содержат как иностранный язык, так и английские морфемы. Таким образом, пополнение лексических единиц происходит за счет резерва собственной лексики.

2. Наиболее активно пополняемым семантическим полем, по нашим данным, является поле «эмоции» (21 слово), представленное почти исключительно англицизмами. Второе место занимает поле «Internet + FacebookOptions» (12 слов), поскольку это семантическое поле – одно из самых популярных, особенно с появлением социальных сетей и возможностью комментировать размещенный в них материал.

3. По своей частиречной принадлежности данная классификация включает огромное количество существительных, 23 глагола и 6 прилагательных. Кроме того, присутствует специальный класс именных модификаторов, таких как kidult, chardebuddy. Такие единицы в основном английского происхождения из-за небольшой степени приспособляемости используются почти всегда в сочетании с другими существительными, модифицируя их по принципу английских конструкций, таких как «каменная стена»: вертолетная подруга, киносценарий. Однако среди этих слов есть и такие, которые в некоторых случаях можно использовать самостоятельно.

4. Что касается морфологии этих слов, то наиболее распространенным способом словообразования является словосложение: Welfie, Loudmouth, Datenapping.

Аффиксальным способом составлено меньшее количество слов, что делает данный способ образования неологизмов в социальных сетях менее продуктивным по сравнению со словосложением. Большая часть данных новообразований представлена в группе глаголов: *Todefinetherelationship, todeface, on: sign-on*. Однако встречаются и существительные: *Craftivism, Twintern, Nicheworrying*.

Если обобщить приведенные выше данные, то в настоящее время происходит активное пополнение английского языка за счет неологизмов. Основными направлениями, которые активно обновляются в лексическом плане, являются эмоциональная сфера и Интернет-технологии, а также торговля, что свидетельствует о значительной роли этих направлений в современной жизни. Что характерно, обновление полей данных, кроме «медиа», происходит почти исключительно за счет англицизмов. Неологизмы, возникающие, прежде всего, в сфере оценки, связаны с растущей необходимостью высказывать собственное мнение о материалах, размещенных в социальных сетях. Большинство неологизмов являются существительными, поскольку эта часть речи наиболее подходит для описания новых реалий языка. Неологизмы, будучи в основном существительными, непродуктивны, и только часть слов, адаптированных в системе английского языка, содержит словообразовательные морфемы.

В результате нашей работы был получен словарь из 80 неологизмов сегмента социальной сети Facebook [Приложение 1].

Неологизмы представляют собой наиболее частую часть списка и активно используются в других социальных сетях и платформах в Интернете. Таким образом, мы создали словарную базу данных, которая может быть использована для различных исследований, связанных как с возникновением морфологических и семантических неологизмов, так и с процессом заимствования и адаптации заимствованных слов в языке. Кроме того, предложена классификация материала по предмету, части речи, типу словообразования и модели словообразования. Данная классификация

позволяет получить первоначальное понимание специфики морфологии и синтаксиса новейших лексических единиц языка и происходящих в наше время лексических процессов, дает возможность обратить внимание на актуальные области использования современной лексики и сравнить свойства родных и заимствованных слов. Наконец, мы надеемся, что результаты наших исследований помогут улучшить понимание принципов автоматической обработки и анализа текстов, которых нет в словарях, что должно усовершенствовать технологии обработки текстов.

Выводы по Главе 3

Социальные сети представляют собой большое, неизученное поле новообразований. Появление неологизмов происходит согласно основным правилам и нормам английского языка и, как следствие, неологизмы структурируются, создавая лексические, речевые и семантические поля.

Пользователи сети Facebook представляют собой достаточно широкую аудиторию, в сообществе которой начал складываться свой язык, появляются новые номинативы для общеязыковых семантических единиц, возникает своя речевая культура.

Нами была предложена классификация морфологических и семантических неологизмов по способу их образования. Для социальных сетей применим именно данный вид классификации, так как смысловое поле новообразований чаще всего имеет кросс-смысловой характер, так как в связи с развитием виртуального общения лексическое значение новообразования может менять свой истинный смысл в соответствии с контекстом и ситуацией употребления.

По результатам исследования был составлен словарь из 80 частотных морфологических и семантических неологизмов интернет-общения. Большинство неологизмов – это слова английского происхождения. Однако среди проанализированных неологических единиц встречаются слова

иностранного происхождения. Предположительно, это связано с возникновением тех или иных социальных, культурных, экономических явлений, которые приобрели популярность среди участников социальной сети.

Основными способами образования новых слов стало словосложение и аффиксация. Самая большая группа слов, созданных путем словосложения и аффиксации – существительные, поскольку эта часть речи наиболее подходит для описания новых реалий языка. Неологизмы, будучи в основном существительными, непродуктивны, и только часть слов, адаптированных в системе английского языка, содержит словообразовательные морфемы. Также достаточно часто встречаются неологизмы, созданные путем семантизации. Самой часто пополняемой группой неологизмов по смысловому полю являются неологизмы группы «эмоции», что связано с растущей необходимостью высказывать собственное мнение о материалах, размещенных в социальных сетях.

Итак, в настоящее время происходит активное пополнение английского языка за счет морфологических неологизмов, которые образуются на базе уже существующих словообразовательных моделей в языке.

Заключение

Неологизмы – интересное языковое явление, представляющее собой немалый научный интерес. Источниками неологизмов становятся абсолютно все сферы жизни: наука, техника, искусство, культура. Создание неологизмов является неотъемлемой частью языковой культуры, позволяющей создавать

новые семантические и лексические единицы, весьма точно и полно описывающие новые жизненные реалии.

Однако в теории неологии существует ряд проблемных областей исследований. Проблемы неологии включают, прежде всего, отсутствие системного анализа факторов, стадий, механизмов возникновения неологизмов и их значений, отсутствие комплексного изучения неологизмов. Стилистические характеристики неологизма весьма размыты, поэтому возникает вопрос об отнесении новообразования к сленговой единице, профессионализму, термину и т.д. Важным условием внедрения неологизма в другой язык является максимально точная передача его лексического значения с целью описания того или иного явления. Таким образом, возникает еще одна, немаловажная проблема: проблема перевода неологизмов.

Новообразование, как и общеупотребительное слово, выполняет следующие функции: коммуникативную, когнитивную, номинативную, эмпатическую или эмоциональную и идентификационную. Это означает, что, несмотря на коренные различия с общеупотребительной лексической единицей, имеющей четко обозначенное поле употребления и прочно занимающее свое место в семантическом поле, неологизм следует рассматривать с позиции норм языка.

По способу образования неологизмы подразделяются на морфологические, семантические, фонологические и заимствования. Морфологические неологизмы меньше неологичны, т.е. у них минимальный уровень языковой новизны в связи с тем, что они формируются согласно стандартам, имеющимся в языковой концепции, и с помощью морфем, присутствующих в представленной концепции. Мы говорим о таких систематических деривационных действиях, как префиксация, словосложение, сокращение и лексикализация.

Аффиксальные единицы, согласно языковой словообразовательной норме, формируются полностью в русле английских деривационных правил

словообразования, их морфологическое устройство и лексическое значение помещаются в сформировавшееся у носителей английского языка определенное лексико-семантическое поле. Следовательно, возникновение морфологических неологизмов осознанно воспринимается носителями языка только лишь в случае, если они понимают «свежесть» означаемого.

Среди сложных неологизмов в целом преобладают двухкомпонентные единицы. Основными моделями продолжают оставаться следующие: $N + N > N$; (noun + noun > noun), $A + N > N$ (adjective + noun > noun). Конверсия как способ создания новых слов без помощи словообразовательных элементов значительно снизила свою активность и уступает всем другим видам словообразования (3% от общего количества неологизмов). Среди сокращений большое место занимают аббревиатуры и акронимы. Чаще всего аббревиации подвергаются технические термины, названия групп и организаций. Обычно аббревиатуры употребляются чаще, чем сами термины.

Под семантическими неологизмами мы понимаем новые значения уже существующих слов. При этом старые слова могут полностью поменять свое значение, утрачивая ранее существовавшее, или в семантической структуре слова появляется еще один лексико-семантический вариант при сохранении всех традиционных. В целом, среди семантических инноваций наблюдается тенденция к образованию более абстрактных лексико-семантических вариантов слова, преобладает расширение значения. Специализация значений менее характерна для последних десятилетий.

Социальные сети – один из ценных и постоянно пополняемых источников неологизмов в современном английском языке. В своем исследовании мы рассмотрели неологизмы, найденные в сети Facebook. Социальная сеть «Facebook», на наш взгляд, наиболее ярко отражает современные реалии различных сфер жизни. Благодаря ежедневной обновляемости постов и комментариев многомиллионной аудитории «Facebook», мы смогли проследить частотность употребления новейших семантических и морфологических неологизмов, которые помогли нам

маркировать словообразовательные модели новообразований и продемонстрировали общие тенденции развития словообразовательных средств английского языка.

По результатам исследования был составлен словарь самых часто употребляемых морфологических и семантических неологизмов английского языка социальной сети Facebook. Данный словарь имеет практическую ценность, помогая ориентироваться в языковом пространстве социальных сетей. Степень и скорость внедрения неологизма в общезыковое употребление можно предсказать по степени продуктивности создания самой языковой единицы.

В результате систематизации семантических и морфологических неологизмов, мы пришли к следующим выводам:

1. Большинство неологизмов – это слова английского происхождения. Кроме того, есть также семь слов, содержащих корни иностранного языка, из которых одно слово имеет японский корень *Emoji*, еще 6 имеют смешанное происхождение, т.е. содержат как иностранный язык, так и английские морфемы. Таким образом, пополнение лексических единиц происходит за счет резерва собственной лексики.

2. Наиболее активно пополняемым семантическим полем, по нашим данным, является поле «эмоции» (21 слово), представленное почти исключительно англицизмами. Второе место занимает поле «Internet + FacebookOptions» (12 слов), ведь это семантическое поле, очевидно, одно из самых популярных, особенно с появлением социальных сетей и возможностью комментировать размещенный в них материал.

3. По своей частиречной принадлежности данная классификация включает огромное количество существительных, 23 глагола и 6 прилагательных. Кроме того, присутствует специальный класс именных модификаторов, таких как *kidult*, *charge buddy*. Такие единицы в основном английского происхождения из-за небольшой степени приспособляемости используются почти всегда в сочетании с другими существительными,

модифицируя их по принципу английских конструкций, таких как «каменная стена»: вертолетная подруга, киносценарий. Однако среди этих слов есть и такие, которые в некоторых случаях можно использовать самостоятельно.

4. Наиболее распространенным способом словообразования является словосложение: Welfie, Loudmouth, Datenapping. Аффиксальным способом составлено меньшее количество слов, что делает данный способ образования неологизмов в социальных сетях менее продуктивным по сравнению со словосложением.

Таким образом, функционирование неологизмов как средства наименования вновь возникающих объектов действительности или обозначения уже названных предметов более кратко и выразительно обусловило их структурные характеристики, которые непосредственно связаны со способами создания данных единиц.

Работа по изучению неологизмов представляет собой перспективное научное направление в филологии, которое в будущем позволит создать необходимый инструментарий для изучения новообразований.

Список литературы

1. Адамушко Н.И. Структурно-семантические особенности фразеологической номинации обращения // Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. Вып.290. Семантика, прагматика, текст. – М., 2007. – С. 4-11.

2. Александрова О.И. Неологизмы и окказионализмы [Текст] // Вопросы современного русского словообразования лексики и стилистики: науч. Труд / Самарский гос. пед. ин-т. – Самара, 2004.
3. Александрова Н.Г. Тенденции развития современной экономической терминологии в английском и русском языках // Когнитивные аспекты изучения языковых явлений в германских языках: Межвузовский сборник научных статей / Под ред. А. А. Харьковской. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2000. – С. 75-80.
4. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. Учебное пособие. – М.: Высшее профессиональное образование, 2008. – 368 с.
5. Андрианов С.Н. Некоторые вопросы построения словарей специальной терминологии // Тетради переводчика. – Вып.2. – М.: Международные отношения, 2004. – С.78-91.
6. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – М.: Просвещение, 1990. – 30с.
7. Ахренова Н.А. Лингвистические особенности микроблогов// Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2011. – № 9 (52). – С. 119-122.
8. Брагина А.А. Неологизмы и закон аналогии // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Филология. – 1970. – № 4. – С. 72-78.
9. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. – М.: Просвещение, 2003.
10. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов. – Владивосток: Диалог-МГУ, 1997.
11. Бреусова Е.И. Об эффективности обыденной коммуникации в её письменной разновидности // Вестн. Сургут.гос. пед. ун-та. – 2011. – № 4. – С. 34-37.
12. Будагов Р.А. Новые слова и значения // Человек и его язык. М.: МГУ, 1976. –С. 275-283.

13. Виноградов В.С. Введение в переводоведение. –М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
14. Голев Н.Д. Русская письменная разговорная речь и её отражение в обыденном мета-языковом сознании участников виртуальной коммуникации // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2013. – № 5 (25). – С. 12-30.
15. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. – Новосибирск. – 2003.– С. 35-43.
16. Жлуктенко Ю.А., Березинский В.А. Английские неологизмы. – Киев: Наукова думка. – 1983. – 154 с.
17. Захарченко Т.Е. Английский и американский сленг. – М.: Изд-во АСТ, 2009. – С. 133.
18. Заботкина В.И. К вопросу о когнитивной неологии // Горизонты современной лингвистики. Традиции и новаторство. – М., 2009.– С. 337-349.
19. Зализняк А.А. Грамматический словарь русского языка: словоизменение: около 100000 слов // Изд-во «Русский язык».– 1993.
20. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. – М.: КомКнига, 2005. – 224 с.
21. Иванова Г.Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов //Когнитивные и коммуникативные аспекты английской лексики. –М., 1990. – С. 130-133.
22. Карашук П. М. Словообразование английского языка. – М.: Высшая школа, 1977. – 314 с.
23. Козырев В.А., Черняк В.Д. Вселенная в алфавитном порядке. В кн.: Очерки о словарях русского языка.– М.: Высшая школа, 2000. – С. 30-36.
24. Козырев В.А., Черняк В.Д. Словари неологизмов // Очерки о словарях русского языка. – М.: Высшая школа, 2000. – С. 88-94.
25. Крысин Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке М.: Наука, 2008. – С. 73-78.

26. Левицкий А.Э. Горизонты развития неологии XXI века // Горизонты современной лингвистики. Традиции и новаторство. – М., 2009. – С. 25-39.
27. Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. – М.: Наука, 2003. – С.124-147.
28. Мартине А. Основы общей лингвистики // Новое в лингвистике. – Вып. 3. – М., 1963. – С. 366-566.
29. Маринова Е.В. Иноязычная лексика современного русского языка: учеб.пособие, 2-е изд.– М.: ФЛИНТА, 2013.– 280 с.
30. Мельников Г.П. Системная типология языков: принципы, методы, модели / Г.П. Мельников. – М.: Наука, 2003.– С. 45-56.
31. Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. – Ростов-на-Дону: Правда, 2003. – 180 с.
32. Никипорец-Такигава Г. Integrum: Точные методы и гуманитарные науки / Ред. Г. Никипорец-Такигава. – М.: Летний сад, 2006. – 430 с.
33. Попова Т.В. Неология и неография современного русского языка: учеб.пособие/ Т.В. Попова. – М.: Флинта: Наука, 2005.– 520 с.
34. Реформатский А.А. Введение в языковедение: учебник для студентов-филологов спец. пед. вузов/ А.А. Реформатский. – 5-е изд., испр. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 340 с.
35. Словарь новых слов и значений в английском языке / Dictionary of New Words and Meanings 3.C. Трофимовой АСТ, Восток-Запад, 2006.
36. Строкова А.Ф. Лингвистические и культурологические аспекты изучения новой лексики// Материалы научной конференции «Проблемы английской неологии». – М.: МЛУ, 2002. – С. 38-54.
37. Цыбова И.А. О проблемах словообразовательной неологии// Горизонты современной лингвистики. Традиции и новаторство. – М., 2009. – С. 375-380.

38. Шулежкова С.Г. История лингвистических учений: учеб. Пособие/ С.Г. Шулежкова. - 2-е изд., испр. и доп. –М.: Флинта: Наука, 2006.– С. 75-86.
39. Cabre M.T., Domenech O., Estopa R. La lexicografia i la identificacio automatizada de neologia lexica // De Lexicografia, 2002. – p. 287-294.
40. Catanese S., De Meo P., Ferrara E., Fiumara E., and Provetti A. Extraction and analysis of Facebook friendship relations. // In Computational Social Networks.–NY, 2002. –p. 291-324.
41. Capuz Juan G. Towards a Typological Classification of Linguistic Borrowing (Illustrated with Anglicisms in Romance Languages) // Revista Alicantina de Estudios Ingleses. –L., 2012. –p. 11-32.
42. Cougnon L.A., François T. Quelques contributions des statistiques à l'analyse sociolinguistique d'un corpus de SMS. // Actes du colloque P.: JADT, 2010.– Vol. 1. 2010.
43. Estopa R. Neologisms at the Boundaries of Prefixation, Composition and Syntagmatic Composition in Catalan: Controversial and Open Questions // Oxford: Organon, 2015.
44. Facebook: Key Facts. [Электронный ресурс] //: Facebook [сайт]. [2018]. URL: <http://newsroom.fb.com/Key-Facts> (дата обращения: 15.03.2018).
45. Green J. Bloomsbury Dictionary of New Words. – М.: Вече, Персей, 2000. – P. 350.
46. Hadjarian A., Mederdoomian K. Mining and classification of neologisms in Persian. [Электронный ресурс] //: Neologisms[2017] URL: <http://wing.comp.nus.edu.sg/~antho/W/W10/W10-0302.pdf> (дата обращения: 15.03.2018).
47. Hall T. A., Hamann, S. Loanword Nativization in German. // Zeitschrift für Sprachwissenschaft. – Berlin, 2003. – p. 56-85.
48. Haugen E. The analysis of linguistic borrowing. –L.: Language, 2008–p. 210-231.

49. Heinemann, S. Hai lettoilmio [i'meil]? Anmerkungen zur lautlichen Adaption von Anglizismen im Italienischen. // Romanische Forschungen 115, Internet World Stats. Miniwatts Marketing Group. [Электронный ресурс] //: Romanische Forschungen [2017] URL: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> (дата обращения: 23.04.2018).
50. Jennifer L. Source similarity in loanword adaptation: Correspondence Theory and the posited source-language representation // Phonological Argumentation: Essays on Evidence and Motivation. – London: Equinox. – p. 6-25.
51. Khurshid Ah. Neologisms, Nonces and Word Formation // Language Change: Decay or Evolution. – Cambridge: Cambridge Univ. Press. – p. 55.
52. LaCharité, D., Paradis C. Category Preservation and Proximity versus Phonetic Approximation in Loanword Adaptation. L.: Linguistic Inquiry, 2016. – p. 223-258.
53. Lui G., Baldwin T. An off-the-shelf language identification tool. // In Proceedings System Demonstrations. ACL // Oxford Advanced Learner's Dictionary. – Oxford: Oxford, 2010. – p. 25-30.
54. Peperkamp, S. & Dupoux, E. (2003). Reinterpreting loanword adaptations: The role of Perception // Proceedings of the 15th International Congress of Phonetic Sciences. – L., 2003. – p. 367-370.
55. The Oxford Dictionary of New Words (Paperback) by Sara Tulloch, Elizabeth Knowles, Julia Elliott. – Oxford: Oxford, 2017. – p. 250-276.
56. Urdang L. Dictionary of Difficult Words. – М.: Вече, Персей, 2006. – 309 P.
57. Volland, B. Französische Entlehnungen im Deutschen. Transferenz und Integration auf phonologischer, graphematischer, morphologischer und lexikalisch-semantic Ebene. Tübingen: Niemeyer, 2016. – 420 P.
58. Winter-Froemel E. Studying loanwords and loanword integration: Two criteria of conformity. – Newcastle: Working Papers in Linguistics, 2016. – p. 14-20.

Приложение 1

Существительные	
Belfie	фото «пятой точки»
Felfie	фальшивое селфи, например, на фоне телевизионного изображения райских островов
Farmselfie	автопортрет фермера на фоне его угодий
Drelfie	селфи подшофе
Legsie	снимок собственных ног, часто на фоне

	живописного пейзажа.
Shelfie (или bookshelfie)	фотография книжной полки как демонстрация широты интересов и глубины познаний.
Welfie	снимок собственного подтянутого тела в модном спортивном костюме на фоне тренажерного зала.
Someoneelsie	когда мама хотела сделать селфи, а получилась какая-то размытая ерунда, потому что она не знает, как правильно держать телефон.
Deface	удалить «друга» из facebook из-за того, что вы когда-то случайно добавили его / ее, а теперь он вам просто не нужен.
PROPS	«респект». Выражение уважения, признания. Происходит от “properrecognition”
Paragraphtexter	тот, кто любит отвечать огромными сообщениями.
Li-Fi	когда при бесплатном входе в вай-фай, всё равно нужно где-то зарегистрироваться.
Googlesearchfan	тот, кто утверждает, что он преданный фанат какой-либо группы, но не может назвать ни одной ее песни без поиска в гугле.
Macboy	абсолютный фанат фирмы Apple, считающий, что эта продукция идеальна.
Cyberpretty	когда человек выглядит хорошо только на аватарке, так что в реальной жизни его не узнать.
Cyberloafing	когда офисные сотрудники используют рабочий интернет в своих личных целях.
Emojiilliterate	тот, кто не понимает значения эмоджи.
Acquaintancezone	зона знакомства (как френдзона, только хуже)
Platonicjealousy	когда близкий друг гуляет с кем-то еще, помимо тебя.
Contactsad	грусть из-за негативных комментариев под своими постами
ContactShame	когда вы видите что-то такое смущающее, что начинаете испытывать стыд за увиденное.
Nameshame	когда уже слишком поздно спрашивать имя человека, рядом с которым постоянно находишься
Beardshame	борода, которую должен отрастить парень

	после того, как его бросила девушка.
Datenapping	когда ты на таком скучном свидании, что буквально засыпаешь.
Punchpology	извиниться перед кем-то и сразу же его обидеть
Helicoptergirlfriend	немного невротичная, в хорошем смысле, девушка, которая активно участвует в повседневной жизни своего парня.
Helicopterparents	родители, которые всегда настороже и готовы в любую секунду прийти на помощь
Loudmouth	болтун, трепло, тот кто сначала говорит, а потом уже думает.
Freshmanatlife	тот, кто обычно задаёт глупые вопросы = «будто вчера на свет родился».
Jackofalltraits	корректный способ описать человека с множественным расстройством личности.
Recessionista	человек, который умеет модно и стильно одеваться, имея скромный бюджет.
Sidelinehater	псевдодруг
Chargebuddy	коллега по работе, с которым вы всегда делитесь зарядкой.
Manchair	лавочка, где мужчины обычно ждут своих жен, занимающихся шопингом.
Manflu	легкое недомогание, расценивающееся мужчинами как смертельный недуг.
Mom-com	романтическая комедия, ориентированная на мамочек.
Footballwidow	женщина, теряющая своего мужа на время футбольных матчей.
Kidult	взрослый человек, любящий мультики, игрушки, комиксы, игры и все такое.
Screenager	подросток, который все время проводит у экрана компьютера.
Funemployment	счастливое время в жизни, когда ты еще не работаешь и не хочешь.
Wantrepreneur	тот, кто уже несколько лет говорит о создании своего бизнеса и всё никак его не сделает.
Graymarket	термин, используемый маркетологами для обозначения покупателей пенсионного возраста.
Cookbynumbers	еда, которую надо просто разогреть в микроволновке.

Snakemeal	огромная порция чтобы наестся одной на целый день
Chickenatarian	тот, кто не ест никакого другого мяса, кроме куриного.
Folex	(fakeRolex) подделка дорогих часов
iHaircut	очень незаметные изменения в причёске или во внешности.
Paradewave	легкое помахивание рукой вполсилы в течение продолжительного периода времени (например, на параде).
Crowdway	путь, или скорее тропа, которую вы прокладываете в толпе людей (на концерте, например).
Глаголы	
Tonetforget	когда вы заходите в интернет и забываете, что, собственно, вы хотели найти.
Tofriendscape	своеобразная «чистка» списка друзей.
Totechnocamp	отдыхать от гаджетов.
Toverbalpunch	намеренно кого-то оскорблять.
Todefinetherelationship	когда два человека пытаются определить что между ними происходит.
Tocatchfeelings	влюбиться в самый неподходящий момент.
Tocolgatekiss	целоваться сразу после чистки зубов.
Tochilax	успокоиться или расслабиться.
Tobrainspin	когда всю ночь не можешь заснуть, потому что все время о чем-то думаешь и прокручиваешь в голове события прошедшего дня.
Todig	«ловить кайф», «тащиться».
Togetbig	фраза перед тем, как собраться сделать что-то сверх меры.
Tocheese	очень широко и неестественно улыбаться.
Tochinwag	слово «chin» означает подбородок, towag — кивать, а вместе — приятная, долгая беседа (во время которой собеседники кивают друг другу в знак понимания).
Tosneezetease	когда вот-вот чихнешь, организм уже напрягся, но в итоге не чихаешь.
Lol'dirl	(laugh out loud, in real life) проорать в голос.
To airjack	подслушивать разговор, до которого вам не должно быть дела.
Towindoweat	рассматривать содержимое холодильника, но в итоге так ничего из него не взять.

Toshopnaked	покупать вещи в интернет-магазине.
Towhoopsiewave	когда вы машете рукой своему знакомому, а другой человек ошибочно думает, что ему и машет вам в ответ.
Tocutcorners	экономить время и усилия, находя легкие пути решения проблемы.
Toflipyourmoney	удвоить свои накопления.
Tobrand-drop	невзначай упомянуть о том, что вы носите дорогой бренд одежды.
Tobudgeup	просить кого-то потесниться и освободить для вас место.
Прилагательные	
Potatoquality	фраза для описания видео плохого качества.
Grody	что-то отвратительное, грязное или просто непривлекательное.
Dodgy	хитрый, изворотливый, ненадежный, подозрительный, не заслуживающий доверия. «стремный».
Swamped	завален работой, делами; очень занят; дел по горло; загружен.
Sheeply	люди, которые не в состоянии думать своей головой, не имеющие собственного мнения.
Easylike	так называют в социальных сетях друзей, которые всегда ставят лайки на ваши посты, возможно, даже не читая их.