

ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СЕМАНТИЧНИХ НЕОЛОГІЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В СФЕРІ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

Неологізми є інноваціями в будь-якій мові. Нові слова з'являються щодня і їх число в англійській мові швидко зростає, особливо в сфері Інтернет-комунікації. В статті розглянуто способи збагачення лексичного складу мови та лексико-семантичних інновацій у мережі Інтернет. Встановлено причини зміни лексичного значення твірного слова. Проаналізовано їх словотвірні та функціональні особливості.

Ключові слова: неологізм, Інтернет, семантика, соціальна мережа, комунікація.

Дзюбіна О.І. Особенности образования и функционирования лексико-семантических неологизмов английского языка в сфере Интернет-коммуникации. Неологизмы являются инновациями в любом языке. Новые слова появляются каждый день и их число в английском языке быстро растет, особенно в области Интернет-коммуникации. В статье рассмотрены способы обогащения лексического состава языка и лексико-семантических инноваций в сети Интернет. Установлены причины изменения лексического значения исходного слова. Проанализированы их словообразовательные и функциональные особенности.

Ключевые слова: неологизм, Интернет, семантика, социальная сеть, коммуникация.

Dziubina O.I. The peculiarities of formation and functioning of lexico-semantic neologisms in the sphere of Internet communication. Neologisms stand for innovation in every language. New words are created every day and their number in English is growing fast, especially in Internet communication. The article focuses on the means of language enrichment and formation of lexico-semantic innovations within worldwide computer network. The causes of changes in the lexical meaning of generative words are determined. The main types of semantic neologisms word-formation and peculiarities of their functioning are analysed.

Key words: neologism, Internet, semantics, social network, communication.

Новим напрямом досліджень сучасної лінгвістики є мережа Інтернет, що є нагромадженням не лише інформації, а й появою мовних одиниць, джерелом яких є різні галузі науки та техніки, сфери життя і діяльності людини і також неологізмів утворених у межах цієї популярної системи міжособистісного спілкування. Однією з особливостей розвитку і збагачення словникового складу є вироблена здатність національних мов виражати невідоме через відоме, позначати нове за допомогою вже існуючих знаків. Тому **мета** статті полягає у визначенні пріоритетних засобів словотворення та функціонування лексико-семантичних неологізмів у мережі Інтернет. Стаття передбачає вирішення таких **завдань**: встановити причини зміни лексичного значення твірного слова; виявити функціональні особливості інновацій у мережі Інтернет. Тенденція сучасного мовознавства до аналізу новотворів, які мають місце внаслідок використання інтерактивних комп'ютерних систем у сфері гуманітарних наук та повсякденній діяльності людини, визначає **актуальність** нашого дослідження.

Дослідженню неологізмів присвячені численні праці вітчизняних і зарубіжних лінгвістів (Е.І. Ханпіра, Н. І. Фельдман, О.Г. Ликов, В.В. Лопатін, М.О. Бакіна, О.А. Габінська, О.А. Земська, А.О. Брагіна, А.В. Березовенко, І.Г. Дегтяр, А.Г. Ликов, Algeo J., McKean E., Sheidlower J., Sornig K., Fischer R. та ін.). Однак, попри появу цікавих напрацювань, в теорії неології ще залишаються невирішені проблеми. Передусім, поглиблюється інтерес до збагачення лексичного складу мови за рахунок семантичних новотворів.

Здатність позначати нове за допомогою вже існуючих знаків економить словотвірні зусилля індивідів і забезпечує «спадкоємність знання, надійність комунікації між членами мовного колективу, зближує рівні мови, надає можливість навчання і самонавчання його членів» [1, 89]. У найбільш чистому вигляді здатність позначати невідоме через відоме представлена в лексичному або семантичному словотворенні, сутність якого полягає у використанні давно існуючого в мові слова для позначення нового поняття, вербалізації концептуального значення тощо.

При цьому можливі такі варіанти:

– старі слова повністю змінюють своє раніше існуюче значення, втрачаючи раніше існуюче;

– в семантичній структурі слова з'являється ще одне прирощення смислу (сема) або (ЛСВ). У семантичних інноваціях розрізняють семантичну контамінацію та семантичну атракцію.

Значення слова включає пов'язані між собою компоненти: денотат, концепт та форму. Одна форма може співвідноситися з кількома денотатами. На його семантичний розвиток та зміну значення слова впливають як позамовні зміни в житті суспільства, так і закони мовної системи. Як приклад семантичного неологізму візьмемо слово «*cosmetic*», яке розвинуло два нових смисли: 1) декоративний; 2) оманливий: «*An unpopular and timid government introduces **cosmetic** measures just before an election, in the hope that a week is as long time in politics and that the memory of the public is as short as its belief in politicians promises is bottomless*» (1, 47).

До позамовних причин смислової зміни слова відноситься поява в житті суспільства нових денотатів – предметів чи понять. Це зміна самого денотата або уявлення щодо нього. Науково-технічний прогрес призводить до появи нових можливостей або властивостей предметів та явищ, що впливає на семантику одиниць, які їх номінують. Причиною видозміни семантики є також мовні контакти. Закріплення запозиченої лексичної одиниці в мові може призвести до зміни в семантичній структурі або стилістичній приналежності слова в мові реципієнта [3].

Розповсюдженою причиною видозміни значення слова є евфемістичні заміни, що тісно пов'язані з поняттям «політичної коректності». Зазвичай такі смислові зміни відбуваються в контексті питань національної, статевої, соціальної та сексуальної приналежності.

Отже, лексико-семантичні зміни або – неморфологічний спосіб словотворення, полягає в семантичному розщепленні багатозначного слова з подальшим поступовим утворенням слів-омонімів – слів, однокових або подібних за звучанням, але різних за лексичним значенням. Наприклад:

bank (банк) – *bank* (берег); *dear* (дорога людина) – *deer* (олень) [2, 109].

У процесі лексико-семантичного словотворення відбувається зміна лексичного значення твірного слова. Зовнішня ж форма слова зберігається. Вона не зазнає змін на формальному рівні. Лексико-семантичний спосіб належить до діахронічних способів словотворення. Цим способом утворюються здебільшого іменники.

Неологізми є не лише одиницями номінації, а й одиницями, які беруть участь у комунікації. Тому важливим аспектом усебічного аналізу лексики, зокрема неологізмів, є дослідження прагматичного аспекту. Будь-яка семантична новизна спричиняє новизну прагматичну. Таким чином, кожен новий лексико-семантичний варіант слова розширює прагматику слова, бо розширюється спектр ситуацій і контекстів її вживання, а, отже, і обмежень на її використання [3]. Отже, семантичні неологізми є прагматично маркованими одиницями.

М. Дьяченко та Л.І. Щетинін відзначають, що фактором, який обмежує продуктивність словотвірних способів, є «притаманна мовному мисленню тенденція до максимального збереження наступності в розвитку словника, прагнення позначати нові поняття відомими словесними знаками, не порушуючи номінаційного і термінологічного зв'язку поколінь» [5]. У плані збереження словникової наступності мови семантичне словотворення має очевидні переваги порівняно з іншими словотвірними засобами. До переваг можна віднести «загальновідомість матеріальної форми слова, що обирається для вторинної номінації, для позначення нового поняття» [1, 98]. До недоліків – «інтерференція старого сенсу, яка ускладнює засвоєння нового смислу, що вкладається в стару мовну форму». Серед лінгвістів немає єдиної думки про статус семантичних новоутворень. До найбільш спірних слід віднести питання: в яких випадках семантичні зміни призводять до утворення самостійного слова, а в яких лише нового смислу вже існуючої лексичної одиниці [1, 101].

Як відзначає В.І. Заботкіна, в основі утворення семантичних інновацій «лежить необхідність найменувати нову річ» [1, 93]. Такий словотвірний тип вельми продуктивний у науково технічній галузі, зокрема, в галузі високих технологій, оскільки «вимоги науково-технічного прогресу постійно створюють номінаційний вакуум у термінологічних словниках усіх галузей науки і техніки» [2, 90]. Для заповнення цього вакууму не вистачає ні всього арсеналу кореневих слів, ні можливостей афіксального апарату.

І.М. Дьяченко та Л.І. Щетинін вважають, що перехід нового слова в розряд самостійної лексичної одиниці відбувається через одне з омонімічних значень: «перетворення одного з омонімічних значень у незалежне слово супроводжується переходом в інший синонімічний ряд і зміною обсягу, а іноді і якості поняття, яке раніше позначалося цим словесним знаком» [2, 95]. Наприклад: «*browser*» (п.) – «Людина, що перегортає книги» > «веб-оглядач, програма для перегляду», «гортання »інтернет-сторінок»; «*client*» (п.) – «клієнт» > «комп'ютерний користувач»; «*cookie*» (п.) – «домашнє печиво» > «невеликий фрагмент даних про передісторію звернень даного користувача до даного інтернет-сервера, автоматично створюваний сервером

на машині користувача» [2, 137].

Акт метафоризації виражається в формі переносу деякої ознаки одного предмета на інший завдяки наявності у цього іншого предмета подібної ознаки: «*beef*» – розм. обвинувачення у кримінальному злочині („яловичина” як натяк на щось вагоме, серйозне з точки зору закону; можлива асоціація м’яса з вбивством, що суворо карається законом); «*bubble*» - розм. дуте підприємство, дута (шахрайська) компанія («булька» як символ чогось швидкоплинного, несерйозного або нереального, фіктивного). Зміни в семантичній структурі слова виявилися при аналізі словосполучення «*mall rats*», яке означає «безпритульні діти, що цілодобово вештаються по супермаркетах» [5]. В даному випадку асоціації зі словом «*Rat*» – пацюк, що відбиває ставлення до цих тварин – «небажаний», «всюдисущий» – актуалізувалися в похідному значенні.

Метафоричне перенесення є, безумовно, одним із найвагоміших способів збільшення прагматичної сили слова, бо додаткові смислові нашарування виражають передусім авторське трактування та оцінку явища, про яке йдеться. Метафора ефективна не лише там, де немає інших засобів для вираження нового змісту, а й там, де усвідомлюється потреба у вираженні прагматичного аспекту комунікації. Це зумовлено тим, що сприйняття метафори змушує реципієнта розгадати її задум, а, отже, – залучити до процесу декодування мовлення механізми розпізнавання її прагматичного коду [5].

Метонімія виявляється у перенесенні позначень одного компонента події на інший, імені класу об’єктів на об’єкт цього класу, в межах однієї ситуації. Метонімія, як і метафора, є знаковим перенесенням, однак метонімія ідентифікує предмет свого позначення, а метафора – характеризує його [6, 143]: «*ask for the floor*» – просити слова (для виступу) (слово «*floor*» перенесено з дії на місце).

В процесі семантичної номінації вихідним не завжди буває основне (інваріантне) значення. К.Ф. Заболотний виділяє два основних типи новоутворень семантичних варіантів [4, 137]:

- ланцюжковий – як вихідне виступає останнє значення багатозначного слова з семантичною структурою послідовних збільшень;
- радіальний – основне значення є вихідним для всіх наступних новоутворень, між якими складаються відносини паралелізму.

Форма, що складається виключно з одного слова, не завжди може бути точною у передачі значення, тому словосполучення є адекватнішим. Семантичні неологізми можна також розділити на тематичні групи, що включають реалії повсякденного життя, утворення в підмовах науки і техніки, в складі фразеологічних одиниць: («*on one’s own device*» – «*власними зусиллями*»). Деякі термінологічні новоутворення утворюються шляхом метафоризації, наприклад: «*mouse*» (п.) - «Комп’ютерна миша» (перенесення значення за подібністю); «*to mousetrap*» – (по)ставити мишоловку «запрограмувати веб-сайт таким чином, що відвідувач не зможе легко з нього вийти, натиснувши на кнопку «Назад» чи «Додому», а буде змушений закрити програму перегляду – пастка. Наприклад: «*If your browser goes squirrely, you’ve been mousetrapped*» – «Якщо Ваш браузер поводиться дивно, Вас

«спіймано у пастку» або, наприклад, неологізм «*happy slapping*», що означає напад молодих людей на перехожих, а також зйомку побиття на камеру мобільного телефона і поширення її згодом серед друзів і в Інтернеті. Дане стійке словосполучення завдяки одній з найбільш поширених моделей словосполучення в англійській мові на метафоричній основі, де поєднується нове слово і нове значення: «*Under the headline 'Concern over rise of «happy slapping» craze', the UK Guardian this week reported that, according to police and bullying organisations, happy slapping has become a 'nationwide phenomenon'*» [7].

Хоча основним способом їх утворення є «звуження (термінологізація) змісту повсякденної лексики або термінів суміжних терміносистем, а також звуження і перенесення значень термінів з однієї терміносистеми в іншу» [4, 102]. Наприклад, у сфері комп'ютерної техніки словом «*slice*» позначається «квант» (частина ресурсу пам'яті), а терміном «*prefix*» «префікс» в програмуванні називають «необов'язкові елементи» [3].

Важливим джерелом поповнення словникового складу неологізмами сфери Інтернет комунікації є соціальні мережі «Facebook» і «MySpace» та мікроблоги «Twitter». «Twitter» – це безкоштовний мікроблог (соціальна мережа), що дозволяє друзям обмінюватись короткими текстовими повідомленнями, довжина яких обмежена 140 символами [2]:

– «*to connect*» – у соціальній мережі «MySpace» користувачі можуть підписатися на оновлення на персональних сторінках відомих музикантів, скориставшись функцією «Connect». Таким чином, дієслово набуває нового смислу: у цьому середовищі це не просто підтвердження соціальних зв'язків, а висловлення бажання отримувати новини від кумира [7]. Наприклад: «**Connect** your Myspace account with Facebook to begin sharing with your Facebook Friends!» (8).

– «*to follow*» – це дієслово використовується у мікроблогах «Tumblr» і «Twitter» аналогічно до дієслова «*connect*» у «MySpace» У нейтральному контексті дієслово означає «слідкувати/слідувати за кимось», у мікроблогах його значення розширюється – «підписуватись на оновлення на сторінці користувачів та слідкувати за ними» [7]; наприклад: «*Well-known Tweetstormer and investor Marc Andreessen has produced a list of his favorite people **to follow** on Twitter*» (9).

– «*friend*» – у соціальних мережах «Facebook» і «MySpace» та мікроблогах Tumblr і Twitter відбувається семантичний зсув у понятті «друг». В інтернет-середовищі другом може стати не тільки знайома людина, але й користувач, з яким підтримуються стосунки лише в межах цього комунікативного середовища [7]; наприклад: «*When you find and follow **friends** on Twitter, you will have the ability to view their status updates*» (12).

– «*like (v., n.)*» – у соціальній мережі «Facebook» та мікроблозі «Tumblr» функція «Like» використовується для того, щоб виразити своє прихильне ставлення до статусу або зображення. Результатом цієї функції є те, що комуніканти вступають до імпліцитного діалогу з іншими користувачами [7]; наприклад:

«*Back in January, I wrote about what I call the Facebook «sharing trap»*»

where you are persuaded **to like** a seemingly harmless photo that is part of a scam» (8). «If Facebook **likes** are anything to go by, Shakira is the world's favourite person (closely followed by Cristiano Ronaldo and Eminem)» (10).

– «share» – ця лексична одиниця, що використовується у соціальній мережі Facebook, набуває нового смислу: не просто поділитися чимось, а опублікувати новину або нове зображення [7]; наприклад: «Before you can start **sharing** photos and videos from Instagram to a Page you manage on Facebook, you'll need to link your Instagram account to Facebook» (10).

– «tweet (n., v.)» – у мікроблозі Twitter набуває нового значення. Воно використовується для позначення власне процесу комунікації, в якому мікроблог «Twitter» використовується як канал передачі інформації [7]. Наприклад:

«I posted a new **tweet** to Twitter about what I had for breakfast. Here are some ideas of funny things **to tweet** when you're out of ideas» (11).

В цілому, серед семантичних інновацій спостерігається тенденція до утворення більш абстрактних ЛСВ слова, переважає розширення значення. Спеціалізація значень менш характерна для останніх десятиліть. Семантичні неологізми в більшій мірі, ніж інші види новоутворень, вживаються в сленгу, який характеризується намаганням поглибити й уточнити інформацію, а також надати семантико-прагматичному змістові більшої ефективності та виразності, що спричиняє постійний розвиток лексичного вокабуляру. Використання неологізмів допомагає адресантові створити сучасну перспективу у дискурсі, підкреслити у ньому актуальність сьогодення, позбавити зайвого консерватизму. Семантичні неологізми надають ключовим концептам дискурсу принципової новизни, оскільки зазвичай асоціюються у свідомості мовців з новітнім періодом розвитку суспільства та його досягненнями.

Таким чином, семантичні перетворення є дуже продуктивним способом номінації. Крім того, вони «служать засобом посилення експресії лексики за рахунок утворюваних цим способом виразніших лексичних одиниць – синонімів до вже існуючих нейтральних слів» [6, 85].

Використання семантичних інновацій у сфері інтернет комунікації не лише сприяє акцентуванню уваги на проблемах сьогодення, а й поширенню нової форми мовлення серед представників різних професій, забезпечує користувачам швидке оволодіння новим мовним матеріалом.

Перспективним, на нашу думку, є дослідження фразеологічних інновацій у сфері комп'ютерних технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка / В.И. Заботкина. – М.: Высш.шк., 1989. – 126 с.
2. Компанцева Л.Ф. Интернет-лінгвістика: навч. посібник / Л.Ф. Компанцева. – К.: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2009. – 275 с.
3. Лингвистический энцикло-педический словарь [ред.. В.Н. Ярцева] – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С.7
4. Махачашвілі Р. К. Лінгвофілософські параметри інновацій англійської мови в техносфері сучасного буття : монографія / Р. К. Махачашвілі ; Запоріж. нац. ун-т. – Запоріжжя : ЗНУ, 2008. – 204 с.

5. Янков А. В. Морфологічна структура і семантика соціально-політичних неологізмів в американському варіанті англійської мови / А. В. Янков // Респ. міжвідом. наук. зб. Серія „Іноз. філол”. – Львів, 1978. – Вип. 52. – С. 41–46.
6. Crystal D. English as a Global Language / Crystal D. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 212 p.
7. Evolution of Communication: From Email to Twitter and Beyond [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: http://www.readwriteweb.com/archives/evolution_of_communication.php
8. Chicago Tribune: The Facebook likes you should dislike [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: http://articles.chicagotribune.com/2013-08-08/features/ct-tribu-social-media-scam-likefarming-20130808_1_facebook-photos-newsfeed-the-facebook
9. Lifehack: 24 Funny Things to Tweet When You're Out of Ideas [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <http://www.lifehack.org/articles/technology/24-funny-things-tweet-when-youre-out-ideas.html>
10. The real story behind Facebook 'likes': [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/11116543/The-real-story-behind-Facebook-likes.html>
11. Who To Follow On Twitter, According To Marc Andreessen [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <http://techcrunch.com/2014/10/19/who-to-follow-on-twitter-according-to-marc-andreessen/>
12. wikiHow:: How to Find Friends on Twitter [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <http://www.wikihow.com/Find-Friends-on-Twitter>

Стаття надійшла до редакції 24.10.2014 р.