



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

Неологизмы в медиадискурсе о книгах и фильмах

**Выпускная квалификационная работа по направлению
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)**

**Направленность программы бакалавриата
«Английский язык. Иностранный язык»
Форма обучения очная**

Проверка на объем заимствований:
80,9 % авторского текста
Работа рекомендована к защите
«14» июня 2023 г.
зав. кафедрой английской
филологии Афанасьева О.Ю.

Выполнил:
Студент группы ОФ 503-091-5-1
Воробьева Олеся Анатольевна
Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Курочкина Мария Анатольевна

Челябинск
2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В МЕДИАДИСКУРСЕ	7
1.1 Понятие дискурса в современной лингвистике	7
1.2 Медиадискурс и его черты	14
1.3 Определение неологизма как лингвистическая проблема.....	16
1.4 Источники появления и различные критерии классификации неологизмов	24
1.5 Способы образования неологизмов	29
1.6 Функции неологизмов	33
Выводы по первой главе.....	38
ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ О КИНО И ЛИТЕРАТУРЕ В МЕДИАДИСКУРСЕ.....	40
2.1 Классификация неологизмов по способу словообразования	41
2.2 Классификация неологизмов по способу выражения главного слова в словосочетании.....	45
2.3 Семантическая классификация неологизмов	47
2.4 Участие стилистических приемов в образовании неологизмов о книгах и фильмах	55
2.5 Функции неологизмов о книгах и фильмах в медиадискурсе.....	60
2.6 Методические рекомендации по использованию результатов исследования неологизмов о книгах и фильмах в практике обучения английскому языку в школе.....	62
Выводы по 2 главе.....	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	77
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	80
ПРИЛОЖЕНИЕ	86

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что лексика английского языка, как и любого другого, пребывает в постоянном движении, отражая все изменения окружающей нас действительности. Современные англоязычные источники СМИ, являясь непосредственным отражением общественно-культурной жизни людей, демонстрируют изменение лексики, фиксируют появление новых слов, а также репрезентируют механизмы их образования.

Нельзя не отметить растущее внимание исследователей к проблемам неологии, которое объясняется значительной ролью новых слов в пополнении современного лексикона и степенью их распространенности и общеупотребительности. Данной проблемой занимались такие отечественные учёные, как М. Б. Антонова, К. Е. Гоголева, Ю. К. Волошин, С. В. Ильясова, Н. З. Котелова, Е. В. Розен, В. Г. Гак, Е. В. Сенько, Г. М. Степанов, В. И. Заботкина, Е. В. Юмшанова, а также зарубежные учёные П. Ньюмарк, М. Янссен, Р. Квирк, Д. Кристал и другие. Перечисленные лингвисты внесли серьезный вклад в изучение новых слов, появляющихся в языке, отметили то, каким образом они закрепляются в языке и сколько для этого требуется времени. Тем не менее, проблема определения, появления и закрепление неологизмов в английском языке остается актуальным вопросом исследования в лингвистической науке.

Неологизмы, как правило, отражают эмоциональную реакцию людей на какие-то события и поэтому чаще всего несут четко выраженный элемент коннотации.

Целью данной дипломной работы является изучение структурно-семантических особенностей неологизмов о кино и литературе, их функций и составление структурной, семантической и стилистической классификации неологизмов на материалах медиадискурса.

В соответствии с целью, поставленной в дипломной работе, необходимо решить следующие задачи:

1. Обобщить понятие дискурса и медиадискурса;
2. Рассмотреть различные определения неологизма в работах отечественных и зарубежных лингвистов;
3. Изучить источники возникновения неологизмов и их классификации, в том числе словообразовательные модели, продуктивные в отношении неологизмов;
4. Методом сплошной выборки составить картотеку неологизмов о кино и литературе и произвести их классификации на основе нескольких критериев;
5. На основе анализа практического материала составить комплекс упражнений для применения результатов исследования в практике обучения иностранному языку.

Объектом исследования являются неологизмы в современном медиадискурсе о книгах и фильмах.

Предметом исследования являются структурно-семантические особенности неологизмов в медиадискурсе о кино и литературе.

Теоретической базой нашего исследования послужили работы отечественных и зарубежных лингвистов в области медиадискурса и неологизмов Т. А. ван Дейка, В. Г. Борботько, И. В. Арнольд, В. И. Заботкина, Р. Квирк, Т.Г. Добросклонская, Е. А. Кожемякин, Н. Фэркло и других.

В работе использовались такие методы исследования, как:

1. Метод сплошной выборки;
2. Метод лингвистического наблюдения и описания;
3. Метод структурно-семантического анализа;
4. Метод контекстологического анализа;
5. Метод анализа словарных дефиниций;

6. Метод статистического анализа.

Практическим материалом исследования послужили новообразования последних 5 лет, отобранные из современных онлайн публикаций в англоязычных источниках, способом сплошной выборки, таких как The Guardian, The New York Times, Empire, The New Yorker, Daily Mail, Independent, Entertainment Weekly и других объемом 1000 статей.

Положения, выносимые на защиту:

1. Доминирующими структурными моделям неологизмов в сфере медиадискурса о литературе и кинематографе являются словослияние и словосложение с преобладанием субстантивации.

2. В семантической классификации ведущими являются группы неологизмов, репрезентирующие жанры и тренды литературы и кинематографа, а также неологизмы, представляющие ведущие социокультурные тенденции.

3. По стилистическим характеристикам среди неологизмов сферы литературы и кино преобладают метафорические новообразования. Другими значительными стилистическими приемами являются рифма и аллитерация.

4. Неологизмы в сфере литературы и кино отражают современные социокультурные тенденции: гендерная тематика, развитие технологий и современные проблемы человечества.

5. Практический материал данного исследования представляет дидактическую ценность и может быть использован в практике обучения иностранным языкам.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы объясняется тем, что результаты исследования могут быть использованы в практике преподавании английского языка в старших классах и на факультетах иностранных языков. Разработанный комплекс упражнений с

современной лексикой, представленной в англоязычных СМИ, поможет развить интерес к изучению английского языка у старших школьников, так как лексические инновации отражают явления и события, происходящие в англоязычном сообществе. Таким образом, развивается коммуникативная компетенция, лингвистический и общий кругозор учащихся.

Теоретическая значимость данной работы заключается в расширении теоретической базы по теме исследования, в выявлении наиболее продуктивных способов образования неологизмов на современном этапе развития английского языка, а также в анализе осуществляемых ими функций в контексте современных средств массовой информации в англоязычном пространстве.

Структура дипломной работы отражает логику исследования и состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Во введении обоснована актуальность, теоретическая и практическая значимость исследования, определен объект и предмет исследования, обозначена цель и задачи, представлены основные положения, выносимые на защиту. Первая глава посвящена анализу теоретического материала, освещающего проблему определения и особенностей функционирования неологизмов в английском языке. Во второй главе, на базе отобранного практического материала, рассматриваются классификации неологизмов на основе различных критериев, выполняемые ими функции в современных англоязычных СМИ, а также раскрывается методический аспект использования результатов исследования в образовательном процессе. Заключение содержит основные положения и общие выводы по проведённой работе.

ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В МЕДИАДИСКУРСЕ

1.1 Понятие дискурса в современной лингвистике

На протяжении многих лет определение понятия дискурса является одной из главных проблем в языкознании. В начале XX в. лингвисты обращали внимание на вопрос, как устроен язык, но уже через несколько десятилетий они стали задумываться над тем, как функционирует язык. Дискурс как лингвистическая категория представляет собой сложный и многозначный объект исследования. Сложность заключается в том, что дискурс представляет собой явление промежуточного характера между речью и общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом – с другой.

По своей природе теория дискурса объединяет разные гуманитарные науки, благодаря чему решаются многие проблемы, возникающие в современной коммуникации. Дискурсивный подход в исследованиях позволяет рассматривать связь между языковым общением, человеком, культурой и обществом, а также создавать новые возможности в исследовании коммуникативных процессов[51].

Исходя из этого, понятие «дискурс» носит междисциплинарный характер, изучается и анализируется в психологических, лингвистических, культуроведческих и педагогических науках, составляющих теоретический базис методики преподавания иностранных языков. В настоящее время, как считает большинство исследователей данной проблемы, разработка теории дискурса выражает тенденцию к интеграции гуманитарных научных исследований. Таким образом, дискурс – достаточно сложный и неоднозначный феномен, в силу чего данный термин не поддается однозначной трактовке. Рассмотрим понятие дискурса в лингвистических науках, где теории дискурса уделяется особое внимание.

С позиции лингвистики речи дискурс – это процесс живого вербализуемого общения, характеризующийся множеством отклонений от канонической письменной речи, отсюда внимание к степени спонтанности, завершенности, тематической связности, понятности разговора для других людей. Помимо структурных характеристик дискурс имеет тонально-жанровые изменения. Под тональностью дискурса понимаются такие параметры, как серьезность или несерьезность, обиходность или ритуальность, стремление к унисону или конфликту, сокращение или увеличение дистанции общения. Эти параметры взаимосвязаны[40].

Многообразие определений дискурса как лингвистического феномена связано с различными подходами, с позиций которых и даются определения данного понятия. Выделяются следующие подходы к определению понятия дискурса: формальный; функциональный; ситуативный; когнитивный.

Формальный подход (структурно-ориентированный) рассматривает дискурс как смысловую связь двух или более предложений, где связность является признаком дискурса. Таким образом, в данной интерпретации дискурс представляет собой сверхфразовое единство, сложное синтаксическое целое, целостность которого определяется некой системой коннекторов.

С точки зрения функционального аспекта дискурс отождествляется с любым употреблением языка, что предполагает анализ функций дискурса в связи с анализом функций языка.

Ситуативное рассмотрение дискурса связано с интерпретацией дискурса в контексте социальных, психологических и культурно-значимых условий и обстоятельств. Считается, что данный подход объединяет формальный и функциональный и может рассматриваться как компромиссный.

Когнитивная точка зрения трактует дискурс как явление когнитивного порядка, т.е. как феномен, имеющий непосредственное отношение к передаче знаний, оперированию ими и созданию новых связей.

Г. А. Орлов рассматривает дискурс как категорию (естественной) речи, материализуемой в виде устного или письменного речевого произведения, относительно завершённого в смысловом и структурном отношении, длина которого потенциально вариативна: от синтагматической цепи свыше отдельного высказывания (предложения) до содержательно цельного произведения (рассказа, беседы, описания, инструкции, лекции и т. п.)[42].

Понятие «дискурс» характеризуется параметрами завершенности, цельности, связности и др. (то есть всеми свойствами текста), оно рассматривается одновременно и как процесс (с учетом воздействия социокультурных, экстралингвистических и коммуникативно-ситуативных факторов), и как результат в виде фиксированного текста.

По мнению Эмиля Бенвениста, существенной чертой дискурса, понимаемого им в широком смысле, является также соотнесение дискурса с конкретными участниками акта, то есть говорящим и слушающим, а также с коммуникативным намерением говорящего каким-либо образом воздействовать на слушателя [10].

Структуру разговорного дискурса составляет ряд этапов (вступление в речевой контакт, выдвижение инициальной темы разговора и ее ратификация, смена ролей в ходе коммуникативного акта, смена темы разговора, выход из коммуникативного акта), каждый из которых обусловлен комплексом внешних и внутренних факторов.

Постановка вопроса о динамичности термина «дискурс» в аспекте его семантического варьирования вполне правомерна, так как в последние десятилетия он стал наиболее часто используемым в лингвистической

сфере. И не исключено, что этому способствовало отсутствие чёткого и общепризнанного определения дискурса, охватывающего все случаи его употребления. В настоящее время функционально-коммуникативный подход рассматривает дискурс как важнейшую форму повседневной жизненной практики человека и определяет его как сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, экстралингвистические факторы (знание о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста.

Ещё до появления современной теории дискурса, которая начала складываться в самостоятельную область науки лишь в середине 60-х годов XX века, существовали попытки дать определение этому термину. Наиболее «старым» значением слово *discours* обладает во французском языке и означает диалогическую речь. Уже в XIX веке этот термин был полисемичен. В словаре немецкого языка Якоба Вильгельма Грима «*Deutsches Woerterbuch*» 1860 года указаны следующие семантические параметры термина «дискурс»: 1) диалог, беседа; 2) речь, лекция. Такой подход был характерен в период становления теории дискурса в рамках многочисленных исследований, получивших название лингвистики текста. Это был период, когда лингвистика вышла за рамки исследования изолированного высказывания (предложения) и перешла к анализу синтагматической цепи высказываний, образующих текст, конституирующими свойствами которого являются завершенность, целостность, связность и др. Интерес к изучению текста был обусловлен стремлением рассмотреть язык как цельное средство коммуникации, глубже изучить связи языка с различными сторонами человеческой деятельности, реализуемыми через текст. Интенсивное развитие лингвистики текста как науки о сущности, предпосылках и условиях человеческой коммуникации наметило поворот от лингвистики языка к лингвистике речи, вызвало усиление внимания к акту коммуникации[56].

По определению ван Дейка, одного из первых специалистов в области анализа дискурса, «дискурс – язык в его постоянном движении, вбирающий в себя все многообразие исторической эпохи, индивидуальных и социальных особенностей, как коммуниканта, так и коммуникативной ситуации, в которой происходит общение. В дискурсе отражается менталитет и культура как национальная, всеобщая, так и индивидуальная, частная» [22].

По определению В.Г. Борботько, дискурс есть текст, но такой, который состоит из коммуникативных единиц языка – предложений и их объединений в более крупные единства, находящиеся в непрерывной смысловой связи, что позволяет воспринимать его как цельное образование. Он подчеркивает тот факт, что текст как языковой материал не всегда представляет собой связную речь, то есть дискурс. Текст – более общее понятие, чем дискурс. Дискурс всегда является текстом, но обратное неверно. Не всякий текст является дискурсом. Дискурс – частный случай текста [11].

Наиболее полное определение дискурса дает Н. Д. Арутюнова. Исследователь понимает дискурс как связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами. Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь» [6].

Дискурс – контактирующая поверхность, сближающая язык и реальность, смешивающая лексику и опыт [31].

При изучении дискурса, как и любого естественного феномена, встает вопрос классификации: какие типы и разновидности дискурса существуют. Самое главное разграничение в этой области – противопоставление устного и письменного дискурса. Это разграничение связано с каналом передачи информации. При устном дискурсе канал – акустический, при письменном – визуальный. Иногда различие между

устной и письменной формами использования языка приравнивается к различию между дискурсом и текстом, однако такое смешение двух разных противопоставлений неоправданно. Несмотря на то, что в течение многих веков письменный язык пользовался большим престижем, чем устный, совершенно ясно, что устный дискурс – это исходная, фундаментальная форма существования языка, а письменный дискурс является производным от устного. Большинство языков и по сей день являются бесписьменными, т. е. существуют только в устной форме[50].

Дальнейшее развитие технологии привело к появлению более сложного репертуара форм языка и дискурса, таких, как печатный дискурс, телефонный разговор, радиопередача, общение при помощи пейджера и автоответчика, переписка по электронной почте. Все эти разновидности дискурса выделяются на основе типа носителя информации и имеют свои особенности. Исследование особенностей электронной коммуникации является одной из активно развивающихся областей современного дискурсивного анализа.

Более частные различия между разновидностями дискурса описываются с помощью понятия жанра. Это понятие первоначально использовалось в литературоведении для различения таких видов литературных произведений, как, например, новелла, эссе, повесть, роман и т. д.

М. М. Бахтин и ряд других исследователей предложили более широкое понимание термина «жанр», распространяющееся не только на литературные, но и на другие речевые произведения. В настоящее время понятие жанра используется в дискурсивном анализе достаточно широко. Исчерпывающей классификации жанров не существует, но в качестве примеров можно назвать бытовую диалог (беседу), рассказ (нарратив), инструкцию по использованию прибора, интервью, репортаж, доклад, политическое выступление, проповедь, стихотворение, роман. Жанры

обладают некоторыми достаточно устойчивыми характеристиками. Например, рассказ, во-первых, должен иметь стандартную композицию (завязка, кульминация, развязка) и, во-вторых, обладать некоторыми языковыми особенностями. Рассказ содержит каркас из упорядоченных во времени событий, которые описываются однотипными грамматическими формами (например, глаголами в прошедшем времени), между которыми есть связующие элементы (типа союза потом)[9].

Жанровые характеристики дискурса могут рассматриваться как совокупность признаков:

- 1) коммуникативная цель, которая дает возможность противопоставить четыре типа речевых жанров (информативные, императивные, этикетные и оценочные);
- 2) образ автора;
- 3) образ адресата;
- 4) образ прошлого, т. е. ретроактивная направленность речевого события, характерная для ответа, отказа, согласия, опровержения;
- 5) образ будущего как выход на последующий эпизод общения: приглашение, обещание, прогноз;
- 6) событийное содержание;
- 7) языковое воплощение речевого жанра [54].

Таким образом, дискурс изучается лингвистами в различных аспектах, что позволяет развивать и совершенствовать целостную теорию дискурса. Данный термин допускает не только варианты произношения (с ударением на первом или втором слоге), но и множество научных интерпретаций. Широкое употребление дискурса как родовой категории по отношению к понятиям текст, речь, диалог все чаще встречается в лингвистической литературе. Определение такой категории, как дискурс, предполагает некоторую идеологическую ориентацию, собственную точку зрения на изучение языка и языкового общения.

1.2 Медиадискурс и его черты

Предметом медиалингвистики является функционирование языка в средствах массовой информации, медиаречь во всём богатстве её форм и проявлений. В последние годы исследования речевой деятельности в сфере массмедиа динамично развиваются как на платформе медиалингвистики, так и на базе других гуманитарных наук, что, естественно, порождает новые подходы и классификации.

Определение массмедийного дискурса в рамках медиалингвистики учитывает все три подхода, структурный, функциональный и тематический. поскольку только таким образом можно составить объёмное представление об особенностях речевой деятельности в сфере массмедиа.

Т.Г. Добросклонская дает следующее определение: «масс-медийный дискурс – это функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия. Она отмечает, что «дискретной единицей медиадискурса является медиатекст, который позволяет упорядочить и структурировать движение медиапотока в условиях информационного общества» [24].

Е.А. Кожемякин отмечает, что медиадискурс создает представление о том, каким образом знания и оценки событий описываются и транслируются. Это является своего рода отличительной чертой данного типа дискурса. Автор поясняет, что в рамках масс-медийного дискурса знание конструируется, переводится с одного уровня на другой, или создается такой тип знания, который характерен только для медийной действительности [34].

Н. Ф. Алефиренко уточняет, что дискурс массмедиа – это, с одной стороны, «речемыслительное образование событийного характера в

совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими факторами», к отличительным признакам которого относится «коммуникативное событие как сплав языковой формы, знаний и коммуникативно-прагматической ситуации», а с другой – «социальная деятельность, в рамках которой ведущую роль играют когнитивные образования, фокусирующие в себе различные аспекты внутреннего мира языковой личности. Дискурс, преломляя и интерпретируя поступающую в языковое сознание информацию, становится своеобразным смыслогенерирующим и миропорождающим устройством» [2].

Язык масс-медиа является особым видом языка, который используется в массовой коммуникации и охватывает различные средства массовой информации, такие как газеты, журналы, телевидение, радио и Интернет. Он отличается от обычного разговорного или письменного языка тем, что его целью является не только передача информации, но и воздействие на читателей и зрителей[3].

Лексический уровень языка масс-медиа отличается использованием специальных терминов и слов, которые связаны с профессиональной деятельностью журналистов, редакторов и технических специалистов, богатым и разнообразным словарным запасом из различных областей знаний, использованием аббревиатур, сокращений и инициалов, а также встречается частое использование сленга или жаргонизмов, которые могут быть фамиллярны целевой аудитории[25].

Язык масс-медиа отличается быстротой и компактностью. Тексты должны быть написаны так, чтобы читатели и зрители могли быстро понять самую важную информацию. Другая отличительная черта – высокая степень яркости. Читатели и зрители должны запомнить важную информацию, поэтому тексты часто используют яркие метафоры, эмоционально окрашенные слова и прочие лингвистические приемы. Сюда так же можно отнести объективность и субъективность. Масс-медиа

должны быть объективными, но также учитывать мнения читателей и зрителей. В связи с этим язык масс-медиа может содержать заметки автора и комментарии, что позволяет лучше понимать и глубже анализировать информацию[23].

Таким образом, можно сказать, что медиалингвистика исследует функционирование языка в средствах массовой информации, а масс-медийный дискурс представляет собой функционально-обусловленный тип дискурса в сфере массовой коммуникации. Он объединяет речевые практики и продукты речевой деятельности, а медиатексты структурируют и упорядочивают поток медиапродукции. Язык масс-медиа отличается использованием специальных терминов, компактностью, выразительностью и объективностью, при этом включая комментарии и заметки автора. Исследования в этой области развиваются как в рамках медиалингвистики, так и в других гуманитарных науках, порождая новые подходы и классификации, чтобы лучше понять особенности языка и речевой деятельности в массмедиа.

1.3 Определение неологизма как лингвистическая проблема

Одним из основных и главных вопросов лингвистической науки во все времена является то, каким образом и какими методами оперирует человек для обозначения окружающей его действительности, которая меняется очень быстро, а это значит, что общество нуждается в новых словах для номинации появляющихся реалий. Данный факт служит основным объяснением появления новой лексики. В различные периоды языкового развития преобладают различные типы образования номинаций, а также действуют определенные модели активных номинативных процессов.

Стремительное пополнение словарей лексикой в наше время связано с техническим и общественным прогрессом и, несомненно, совместной

работой лингвистов и создателей словарей, отслеживающих появление новых слов. Исследования в области неологизмов представляют огромный интерес, так как новообразования обогащают словарный запас и помогают обществу быть в курсе мировых тенденций развития[26].

На современном этапе отмечается лексический взрыв, так как каждый год авторитетные англоязычные словари, такие как Macmillan Dictionary, Dictionary by Merriam Webster и Collins Dictionary, публикуют подборки так называемых «модных слов» (buzzwords), которыми пополняется английский язык. В конце XX в. исследователи оценивали количество появившихся новых английских слов в диапазоне 12 000 в год, то в 2002 г. эта цифра по некоторым подсчетам увеличилась до 10 000 новых слов и словоформ в день. На сегодняшний день добавление новых словарных статей происходит каждые три месяца, в январе 2020 года было добавлено 162 новых слова. Всего за 2019 год было добавлено свыше 700 новых слов. Следовательно, английский язык постоянно пополняется неологизмами. С развитием сферы информационных технологий ряд новых слов был зафиксирован в словарях. Например, «noob», «tweet cred», «ego surfer» и т. д. Также в прошедший год из-за пандемии коронавируса все чаще использовались такие слова, как «self-isolating», «pandemic», «quarantine», «lockdown» и «key workers»[26].

Тот или иной исторический период обуславливается рядом факторов и причин, которые способствуют появлению новых языковых признаков и свойств определенного языка. Эти факторы – как лингвистические, так и экстралингвистические – играют определяющую роль в исследовании природы языковых изменений, их внутренней сущности и закономерностей.

Изменения в языке происходят на разных уровнях: фонетическом, морфемном, лексическом, синтаксическом. Первые три уровня наиболее подвижны и предрасположены к изменениям, которые могут быть

очевидны даже одному определенному поколению. Синтаксические преобразования не так очевидны. Они осуществляются намного медленнее и идентифицируются в основном при анализе письменных текстов на несколько поколений старше нас. В наибольшей степени очевидны лексические изменения в языке, так как новое и ранее неизвестное слово, как правило, привлекает внимание человека, заставляет его задуматься о значении или угадать его значение по контексту, денотативное и коннотативное. Более того, новое слово может озадачить или вызвать различного рода эмоции как положительные, так и негативные.

Понимание того, каким образом происходит развитие языка основывается прежде всего на лексических изменениях. В своё время первые лингвисты увидели закономерность: чем древнее текст, письменный или устный, тем меньше его язык имеет сходства с языком своего времени. Это стало одним из оснований для начала изучения и исследования природы языка греческими и римскими грамматиками и лексикографами[14].

В древности и средневековье такой процесс, как развитие языка, был малоизвестен профессиональным грамматистам. Господствовало следующее убеждение: что новоевропейские языки были по своей природе примитивнее, беднее и грубее, чем древнегреческие и латинские языки. Было вполне приемлемо утверждать, что романские языки являются продуктом упрощения и вырождения латыни, поскольку они не обладают многочисленными флексиями и другими богатствами грамматических форм своего родного языка. Было также очевидно, что латинские слова претерпели незначительные или значительные изменения после проникновения в новые европейские языки.

Любая новая эпоха сопровождалась появлением новых слов, которые обозначали новые вещи, предметы и явления. Английский язык в этом отношении разделяет судьбу других европейских языков. Он развивался от

англосаксонского языка (или древнеанглийского) до современного английского, языка международного общения, родного языка примерно для 375 миллионов человек в течение многих тысячелетий. Можно утверждать, что центральным моментом в развитии английского языка стало обогащение и расширение его словарного запаса. Вновь созданные или заимствованные слова, известные как неологизмы, после определенного периода времени воспринимались как необычные и новые, вошли в фонд английского лексического состава как его неотъемлемая часть[16].

Во второй половине XX века интерес к неологизму как способу пополнения словаря языка значительно возрос, в результате чего образуется такое ответвление в языкознании как неология. Теоретической базой для становления неологии послужили работы А. А. Брагиной, В.И. Заботкиной, Н. И. Фельдман и других отечественных лингвистов. Также можно выделить в работы Н.З. Котеловой, Т. В. Поповой, которые легли в основу формирования теоретической базы неологии и неографии (науки о фиксации неологизмов в словарях).

Неология – это раздел языкознания, занимающийся разновидностями, способами образования и употребления неологизмов. Однако одной из нерешённых проблем неологии на сегодняшний день, как и любой, недавно зародившейся отрасли научного знания, является недостаток чёткой терминологической базы, в том числе при определении объекта науки – неологизма[46].

Рассмотрение такого явления, как неологизм, требует, прежде всего, выяснения того, что же может считаться неологизмом, какова его природа и что может считаться критериями его выделения из множества других слов.

Слово «неологизм» само по себе было совершенно новым словом в начале 19-го века, когда носители английского языка впервые

заимствовали его из французского. Его корни, однако, уходят далеко в прошлое. В лингвистическом энциклопедическом словаре дается следующее определение: «неологизмы (от греч. neos - новый и logos - слово) – слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз («оказиональные» слова) в каком-либо тексте или акте речи». Таким образом, неологизм относится к недавно созданному (или придуманному) слову, фразе или употреблению, которое иногда может быть приписано конкретному человеку, публикации, периоду или событию[48].

По мнению лингвистов, не все неологизмы являются совершенно новыми. Некоторые из них являются новым использованием старых слов, которые приобрели дополнительное значение (семантические неологизмы), в то время как другие появились в результате словообразовательных процессов (морфологические неологизмы), но все они поддерживают английский язык живым и современным. Новые слова особенно полезны для идентификации изобретений, новых явлений или старых идей, которые приобрели новый культурный контекст. Неологизмы становятся общеизвестными и широко употребляемыми через их использование в определенном контексте, например в медиадискурсе.

Отечественные и зарубежные лингвисты предлагают ряд определений, что позволяет внести некоторую определенность относительно того, что же является неологизмами в современном английском языке.

Наиболее абстрактное определение дано русским профессором лингвистики В. И. Заботкиной, которая говорит, что новые слова – это единицы, которые появляются в языке после определенных временных границ, взятых за исходные [28]. Это определение является наиболее широким. Оно позволяет включить в категорию неологизма практически

все возможные новые направления и тенденции в лексикологической и семантической областях языка.

В «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахмановой дается следующее определение неологизмов: «неологизм – это слово или словосочетание, созданное для определения нового (неизвестного ранее) объекта или выражения нового понятия»[7]. Данное определение вполне достаточно для того, чтобы дать собственно идею неологизма, хотя и не определить его основные характеристики.

Лингвистическая энциклопедия В. Н. Ярцевой предлагает более углубленную точку зрения на определение неологизма, утверждая, что «неологизмы — это слова, значения слов или словосочетания, появившиеся в определенный период в языке или однажды употребленные («окказиональные» слова) в тексте или речевом акте» [57]. Здесь понятие неологизма выходит за рамки лексемы и включает в себя также новые значения и словосочетания, которые могут быть переданы старыми и известными словами. Этот подход представляется более глубоким, поскольку он учитывает не только факт появления новой словоформы, но и изменения ее внутренней и внешней организации.

И. В. Арнольд понимает неологизм как лексическую единицу, созданную по существующим в языке словообразовательным моделям или заимствованную для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или нового значения у существующего слова, вновь появившегося в языке на определённом этапе его развития. Исследователь считает, что любое новое слово обладает временной коннотацией новизны, что является одним из основных качеств неологизма. Коннотация новизны будет существовать до тех пор, пока общество воспринимает это слово как новое[4].

Во всех определениях упоминается факт новизны для некоторых лексических единиц в виде нового слова, словосочетания или выражения.

Некоторые определения добавляют факты семантической новизны, например новое значение, или даже синтаксическое, например новые словосочетания. Разница заключается главным образом в степени новизны: либо она касается только сдвига в смысле, либо также и в структуре.

Стоит сказать, что некоторые лингвисты отмечают, что даже само название «неологизм» указывает на то, что возможно существование ряда терминов, связанных с трактовкой понятия неологизма и относящихся к одному и тому же объекту. Поэтому наряду с «неологизмом» в лексикологических исследованиях часто используются такие термины, как «новые слова», «лексическое новшество», «неосема», «фактический дериват» и т. д.

Что касается зарубежной лингвистики, то следует выделить определение, выведенное Питером Ньюмарком, автором многочисленных статей, пособий и учебников по переводу, деятельность которого связана с разработкой теоретических вопросов перевода, методов его преподавания и обучения. Он определяет неологизмы как «вновь появившиеся лексические или существующие единицы, которые приобретают новый смысл»

Голландский лингвист М. Янссен предлагает следующее определение, которое он назвал «расширенным лексикографическим диахроническим»: любое слово, которое не встречается в морфологической базе данных, полученной из словаря, по причине новизны, является неологизмом[8].

Янссен комментирует, что термин «неологизм» имеет некую неоднозначность в своей трактовке, утверждая, что «слово, будучи новым, в настоящее время является частью языка, но не было таковым ранее». В-первых, «новое» – понятие относительное, так как нет определенного периода. Конечно, некоторые слова могут быть старше других, но для

того, чтобы называться новым, нет определенного критерия или критериев. А во-вторых, как было сказано ранее, лексический состав языка очень подвижен в любой период развития. Таким образом, язык не может быть устойчиво определен в своих пределах в хронологическом, особом и социальном измерениях, что позволило бы проверить новизну того или иного слова[55].

М. Янссен предлагает также предлагает пять критериев определения неологизма:

1) психологический – «неологизм – это слово, которое воспринимается языковым сообществом как новое»;

2) лексикографический – «любое слово, не фигурирующее в словаре, считается неологизмом»;

3) исключительное определение – «слово, не фигурирующее в заранее определенной исключительной лексике, является неологизмом»;

4) диахроническое определение – «любая словоформа, появившаяся в недавнем общеязыковом тексте и ранее не входившая в состав этого языка, является неологизмом»;

5) определение референтных корпусов – «любая словоформа, которая появляется в недавнем общеязыковом тексте и не появляется в устоявшемся референтном корпусе этого языка, является неологизмом».

Таким образом, отечественные и зарубежные лингвисты предприняли попытки дать определение неологизму в своих работах, посвященных данному языковому явлению. Основываясь на их трактовках определения, можно сделать вывод о том, что можно считать неологизмом.

Неологизм — это единица лексики, слово, словесный элемент или словосочетание. Его значение, эффективно функционирующее в конкретной модели коммуникации, ранее не материализовалось как языковая форма в непосредственно предшествующей стадии развития лексики языка. Неологизм может быть либо заимствованным словом в

форме прямого заимствования, либо вновь введенным термином, либо морфологически новым словом, придающим существующему слову новое семантическое содержание.

Однако, одной из главных проблем неологии можно считать определение факторы или факторов, когда новое слово становится неологизмом.

В данной дипломной работе, чтобы избежать неоднородности при отборе материала, мы будем использовать определение, выведенное В. Н. Ярцевой «неологизмы — это слова, значения слов или словосочетания, появившиеся в определенный период в языке или однажды употребленные в тексте или речевом акте». Данное определение, на наш взгляд, включает не только появление новой лексемы, но и изменения ее внутренней и внешней организации, и включает в себя и окказионализмы, и авторские неологизмы, которые могут встретиться при отборе практического материала.

Именно такие слова будут считаться неологизмами при выборе материала для исследования в следующей главе данной дипломной работы.

1.4 Источники появления и различные критерии классификации неологизмов

Возникновение неологизмов обуславливается такой характерной чертой языка, как постоянная изменчивость, отображающая перемены в жизни общества. Можно выделить три этапа, через которые проходят новые слов, появляясь в языке: создание, пробный период и закрепление. Большинство неологизмов возникает по следующей простой схеме: сначала появляется новый предмет или явление или просто какая-то необходимость в нем, затем он номинируется словом, главным образом вновь созданным.

Новый термин вошел в обиход, но используется пока что только ограниченной аудиторией. Затем он распространяется, например через источники СМИ, пока, наконец, не становится общепринятым и закрепленным – стабильность употребления, на которую указывает его фиксация в словарях [1].

Вопрос об источниках происхождения неологизмов вызывает особый интерес и представляет собой активную область исследования. Современный мир характеризуется появлением множества новых изобретений и инноваций практически во всех сферах человеческой деятельности: наука, политика, экономика и т.д., которые проникают в повседневную жизнь современных людей.

Таким образом, источники неологизмов можно разделить на два типа в зависимости от их природы, но ни один из них не является достаточным для возникновения нового слова. Они ведут параллельное существование и практически неразделимы. Эти группы или источники делятся на:

- 1) лингвистические (в основном морфологические единицы);
- 2) экстралингвистическое (бытие вне языка).

Лингвистические источники порождают собственно словоформы через процессы словообразования и заимствования. Разница между ними заключается в том, что при словообразовании задействованы только морфологические ресурсы языка – основы, корни, префиксы и суффиксы, фонемы и графемы. Заимствования основаны на лексических ресурсах языка-реципиента: существует ли слово для обозначения того или иного явления, которое проникло жизнь общества. В различные периоды своего развития английский язык принял кельтские, латинские, скандинавские, французские и немецкие слова. В некоторых случаях новое слово может быть заимствовано либо без каких-либо существенных изменений, хотя это происходит довольно редко, поскольку оно должно пройти хотя бы

некоторую ассимиляцию в новом языке, чтобы свободно пользоваться носителями языка.

Экстралингвистические источники более многочисленны и включают различные сферы жизни людей, где активно применяются вербальные средства выражения мысли[38]. Как правило к ним относятся:

- 1) социальная сфера (различным сторонам человеческого общества);
- 2) политическая сфера (национальной и международной политике);
- 3) научная сфера;
- 4) технологическая сфера (различные изобретения и технологии, появившиеся в результате технического прогресса);
- 5) экономическая сфера (национальная и международная экономика);
- 6) художественная литература;
- 7) средства массовой информации.

Тем не менее, более четверти слов, добавленных в язык в последние годы, возможно, будут забыты через десять лет. Ключ к выживанию для всех этих новых слов – использование. В то время как одни неологизмы способны навсегда остаться в использовании, другие исчезают в языковом небытии, в простой ностальгии по ушедшим понятиям, людям и событиям. С появлением Интернета язык имеет гораздо больше возможностей для использования и распространения, чем когда-либо прежде, что дает ему шансы развиваться с невиданной ранее скоростью. Однако «долгожительство» слова в языке зависит, в большей степени, от другого фактора, а именно от того, насколько сильно связано лексическое новшество с существованием понятия, которое оно представляет. В конце концов, неологизмы – это слова, которые могут появиться из ниоткуда, предназначение которых проявляется в стремлении стать принятыми и

существуют ровно столько, сколько люди, использующие их, считают их релевантными. Именно это обеспечивает богатый состав языка и его дальнейшее развитие.

Лексические инновации, которые представляют обширное поле для исследования, дают возможность лингвистам, как отечественным, так и зарубежным представить свои рассуждения о вопросе типологии неологизмов, выявить конкретные типы новых слов и предложить варианты классификации неологизмов в языке.

Рассмотрим различные классификации неологизмов, свидетельствующие о том, что критерии отбора неологизмов отличаются, в зависимости от их свойств[17].

Виды неологизмов различаются в зависимости от области, в которой они впервые встречаются. Можно выделить следующие типы неологизмов:

1. Научные;
2. Политические;
3. Неологизмы, отражающие общественную культуру и используемые для описания популярных культурных явлений;
4. Торговые марки и названия;
5. Авторские неологизмы.

Данная классификация основана на семантическом критерии.

Н.М. Шанский утверждает, что, согласно тому, новое ли это слово, или существующее в языке слово, обозначающее новое явление или понятие, неологизмы делятся на лексические и семантические. Лексические неологизмы обычно выражаются заимствованиями из других языков или новыми словами, образованными на базе существующих языков. Семантические служат конкретным стилистическим целям (если они по-другому называют уже названное) [53].

Исходя из понимания неологизма как нового слова либо по форме, либо по содержанию, либо и по форме, и по содержанию, среди неологизмов В.И. Заботкина выделяет:

- 1) собственно неологизмы, в которых новизна формы сочетается с новизной содержания;
- 2) трансминации, сочетающие новизну формы слова со значением, уже передававшимся ранее другой формой;
- 3) семантические инновации, или переосмысления, в которых новое значение обозначается формой, уже имевшейся в языке [27].

В языке последних десятилетий преобладают единицы первой группы, что связано с возросшей потребностью общества дать названия новым реалиям, возникшим в связи с научно-техническим прогрессом.

С точки зрения способа образования российский лингвист В. И. Заботкина подразделяет неологизмы на фонологические, заимствования, семантические и синтаксические[27].

Под фонологическими неологизмами В.И. Заботкина подразумевает слова, созданные как из отдельных звуков, так и из уникальных конфигураций звуков. Е.В. Розен называет такие слова «искусственными» или «изобретенными». Иногда подобные конфигурации звуков могут сочетаться с морфемами греческого или латинского происхождения[44].

К заимствованиям относятся слова, перешедшие из одного языка в другой, и как утверждает ученый, отличающиеся «фонетической дистрибуцией, не характерной для английского языка, а также нетипичным морфологическим членением и отсутствием мотивации» [41].

Под семантическими инновациями понимаются новые значения уже существующих слов. При этом замечает автор классификации, возможны следующие варианты:

1. Старые слова полностью меняют свое значение, утрачивая ранее существовавшее;

2. В семантической структуре слова появляется еще один лексикосемантический вариант (ЛСВ) при сохранении всех традиционных.

Морфологические (синтаксические) неологизмы, пишет В.И. Заботкина, создаются по образцам, существующим в языковой системе и из морфем, наличествующих в данной системе. Говоря об этом, автор подразумевает словообразование, а именно такие регулярные словообразовательные процессы, как аффиксация, конверсия, словосложение, и менее регулярные: сокращение, лексикализация и пр.

Главным отличием морфологических неологизмов от фонологических и от заимствований автор называет наличие аналогии и типизации в основе их образования. В своей работе мы будем придерживаться этой классификации, уделяя особое внимание семантике новой лексики с учетом условий ее появления и способов образования.

1.5 Способы образования неологизмов

Лингвисты не могут прийти к единому выводу касательно количества способов образования новых слов. Такое множество способов словообразования объясняется тем, что никогда нельзя точно сказать, как новое слово войдет в язык, потому что источники неологизмов также разнообразны. Однако, многие языковеды разделяют мнение, что наиболее продуктивными в современном английском языке являются следующие способы словообразования: аффиксация, словосложение (в том числе и обратное), конверсия, реверсия и сокращение [29].

Продуктивные способы образования неологизмов – это образцы, к которым наиболее часто обращаются для создания языкового новшества на данном этапе развития. Сам термин «продуктивность» означает то количество свежих словарных единиц, которое возникает благодаря функционированию того или иного образца словообразования в языке.

В данной работе подробно рассмотрим перечисленные выше

продуктивные способы словообразования:

1. Аффиксация (суффиксация и префиксация) – это одна из самых часто встречающихся образования неологизмов в английском языке, так как он оперирует большим числом разных аффиксов. Аффикс – это обобщённый термин для префиксов и суффиксов. Префиксы, как и суффиксы, являются связанными морфемами. Это значит, что они не осуществляют самостоятельной функции, они должны быть присоединены к другим морфемам. В этом отношении словообразование отличается от словосложения, при котором объединяются свободные (независимые) морфемы, которые могут функционировать, как самостоятельные слова.

Данный способ заключается в том, что к известному слову добавляется префикс или суффикс. Аффиксальные новообразования представляют собой более 25 % всех существующих неологизмов.

2. Обратное словообразование – процесс образования нового слова, который характеризуется удалением действительных или предполагаемых

аффиксов из другого слова. Данный способ – это, по существу, обратный процесс по отношению к аффикации: он адаптирует существующее слово, удаляя его аффикс, обычно суффикс.

3. Словосложение – наиболее очевидный способ словообразования, при котором неологизмы создаются путем объединения существующих слов. Его особенностью является то, что складываются не основы слов, а слова целиком. На сегодняшний день, можно предположить, что словосложение считается одним из самых продуктивных методов словообразования, так как благодаря данной модели словообразования английский язык значительно пополняется новыми словами. Кроме того, данный способ является рекурсивным процессом, то есть составное существительное действует как одна лексема[45].

Перечислим существующие общепринятые модели словосложения:

- 1) N + N
- 2) Adj. + N
- 3) Verb + N
- 4) Adj. + Verb

4. Словослияние – сравнительно молодая словообразовательная модель, которая функционирует в английском языке, по мнению некоторых лингвистов, только с конца XIX в. На современном этапе развития английского языка данный способ образования неологизмов все больше находит применение и считается продуктивной.

Слова, появляющиеся в результате словослияния, носят название blends или portmanteau words. Как правило, следы морфем можно легко вычленишь в слитке, но при слиянии новое слово морфологически не членимо и представляет собой простое слово. Такие слова похожи свои составом на полусокращения (например, e-book), но в семантике таких слов имеется существенное различие. Полусокращения по своей природе несут только формальное изменение, которое в теории может привести к изменению стилистической характеристики слова. Однако в новообразовании, которое получилось в результате словослияния, происходит изменение или расширение смысла путем извлечения необходимых сем.

Словослияние можно рассматривать как подтип словосложения, поскольку, как и при словосложении, слова-слитки либо семантически являются гипонимами (частное значение по отношению к другому, более общему понятию) одного из компонентов, либо демонстрируют какие-то парадигматические отношения между компонентами. Однако такие слова ограничены рядом фонологических процессов английского языка. Как правило, новые слова имеют ту же длину, что и самые длинные из составляющих их слов, а также сохраняют основное ударение одного из

своих составляющих. Определенные закономерности также наблюдаются с точки зрения порядка слов при словослиянии: часть более короткого или более частого слова становится первым элементом. Как правило фрагменты отсекаются на границе слога.

5. Конверсия – еще одна словообразовательная модель, при которой происходит транспозиция слова из одной категории в другую, то есть слово переходит другую часть речи без каких-либо изменений формы. При словообразовании данным способом осуществляется грамматический и семантический сдвиг. Значение основы перенимается новым словом, при этом прибавляя к ней свою. Данный способ особенно характерен для языков с аналитическим строем, каким и является английский язык.

6. Аббревиатура возникает в результате сокращения слова или словосочетания и читаемое по алфавитному названию начальных букв или по начальным звукам слов, входящих в него.

Существует три типа инициальных аббревиатур в английском языке:

- 1) инициальные аббревиатуры с буквенным чтением;
- 2) инициальные аббревиатуры, которые читаются как слова;
- 3) инициальные аббревиатуры, которые совпадают с английскими словами в их звуковой форме.

Общепризнано, что наиболее продуктивны в настоящее время следующие способы словообразования: словосложение и словослияние. Далее в рамках практической главы дипломной работы мы попробуем это подтвердить на базе практического материала.

Нельзя не упомянуть, что в английском языке, наряду с продуктивными способами образования новых слов, существуют и непродуктивные модели словообразования. Они второстепенны и непродуктивны. К ним относятся: чередование гласных в корне (feed от food), звукоподражание (cuckoo, splash), удвоение (murmur), рифмованный повтор (tip–top, hocus–pocus) и т.д.

1.6 Функции неологизмов

Все неологизмы начинают свое существование в языке как слово, которое является новообразованием, придуманным говорящим/писателем под влиянием момента, чтобы восполнить некоторую непосредственную лексическую потребность. Эта потребность может заключаться в создании определенного эффекта, чаще всего стилистического, подчеркивании точки зрения, выражении мнения или отношения, экономии места в газетной статье или сообщении [19].

Мы хотим обозначить, что теоретической базой данного пункта выпускной квалификационной работы служит статья Е. С. Попович «Лингвистические и экстралингвистические функции неологизмов» [43].

В лингвистике на самом начальном уровне выделяются лингвистические и экстралингвистические функции неологизмов.

Лингвистические функции неологизмов проявляются в их непосредственном функционировании в речи людей в зависимости от коммуникативной ситуации. К этим функциям новообразований лингвисты относят номинативную, прагматическую, стилистическую функции.

Отражение состояния общества и общественного сознания, социальных потребностей, появление новых реалий в конкретно взятый отрезок времени объясняются экстралингвистической функцией неологизмов. Появление неологизмов, выполняющих данную функцию, связано с возникновением специальных слов, отражающих изменения в научном, экономическом и технологическом состоянии общества [15].

Д. Д. Чо предлагает классифицировать функции неологизмов, исходя из дифференциации уровней языка и речи. На уровне языка лингвист выделяет номинативную, диагностирующую, компрессивно-информативную функции, функции обобщения и дифференциации. На

уровне речи неологизмы могут выполнять следующие функции: эвфемистическую, дисфемистическую и экспрессивную[52].

Неологизмы появляются благодаря потребности общества в обозначении новых вещей и явлений. Таким образом, традиционно основной функцией неологизмов лингвисты признают номинативную функцию. Несмотря на то, что данная функция является основной, в процессе речевой деятельности неологизм может выполнять и ряд других функций: экспрессивную, оценочную, стилистическую, когерентную, прагматическую и другие. Рассмотрим подробнее характеристики каждую функции.

Номинативная функция является главной и общей для всех неологизмов, так как она состоит в номинации новых слов и соотносит значение нового слова с реально существующей вещью, явлением.

Ю. В. Кобенко описывает данную функцию как связующее звено между головным мозгом человека и процессами окружающей действительности. Номинативная функция устраняет «безымянность, размытость человеческого бытия[36].

В рамках номинативной функции Н. З. Котелова выделяет терминированный способ номинации, характеризующийся обусловленностью, строгостью, соотносением с конкретными понятиями [37]. Она считает, что данный вид номинации является преимущественным в последние годы из-за роста числа новых профессий, технических инноваций и так далее. Действительно, иногда можно говорить о нечетких границах между понятиями неологизм и термин. Популярность и доступность многих отраслей знаний посредством сети Интернет и средств массовой информации ускоряет распространение информации, что приводит к языковой содержательной избыточности и сокращению формальной стороны слов. Современный язык средств массовой

информации, особенно в США, стремится к семантической и формальной компрессии, которая отражается в появлении неологизмов.

Ученые Е. Ю. Скороходова и М. М. Щеголева указывают на то, что при возникновении новых номинаций иногда идет сознательное нарушение деривационных норм языка [47]. Данное явление объясняется стремлением языковой личности подчеркнуть свою особенность и индивидуальность, привлечь внимание собеседника. Если подобные нарушения норм обретают массовый характер, в итоге данные изменения могут перестать быть периферийными и стать нормой, войти в общеупотребительную лексику языка.

Таким образом, номинативная функция является главной функцией неологизмов, так как может повлечь собой изменения лексического состава путем его расширения, сужения, или изменения языковой и речевой норм».

Стилистическая функция отражает использование неологизмов в различных функциональных стилях речи. Если в научной, технической, деловой литературе неологизмы выполняют в основном номинативную функцию, то в произведениях художественной литературы и устной, неподготовленной речи заметнее всего будет проявляться именно стилистическая функция, которая будет отражать экспрессивность, эмотивность и оценку автора/говорящего. Проявление стилистической функции связано главным образом с индивидуальными, авторскими новообразованиями [20].

М. П. Брандес считает, что стилистические неологизмы выполняют две подфункции: оценочную и экспрессивную. Оценочная функция отражает аксиологические установки языковой личности. Экспрессивная функция, по мнению некоторых ученых, особенно четко отражается в публицистическом стиле английского языка [12].

Д. Д. Чо считает, что экспрессивность неологизмов связана с тем, что новое слово, в отличие от привычного и старого, содержит свежую коннотацию, обладающую новизной. Благодаря новизне слово обращает на себя большее внимание со стороны читателей, поэтому его экспрессивная функция будет проявляться значительно сильнее[52].

И. Н. Кабанова предпринимает попытку дать определение экспрессивности неологизмов, а именно «свойство, направленное на выразительность повествования с целью повышения эмоционального воздействия на реципиента» [31].

Таким образом, экспрессивность и оценочность как основные признаки стилистических неологизмов характерны для функциональностистилистических дифференцированных средств современного английского языка.

В основе коммуникативной функции неологизмов лежит социальное значение языка как коллективного достояния, знаковой системы, объединяющей людей в сообщества, группы.

«В рамках коммуникативной функции неологизмы характеризуются также и разъединяющей функцией, которая состоит в дифференциации нового и старого в языке. Особенностью функции также является то, что именно благодаря фону из рекуррентных слов мы можем отличать неологизмы и выделять их в речи. С.В. Кончакова и Е. Линь рассматривают неологизмы как важную часть коммуникативной стратегии говорящего/пишущего, что особенно проявляется в публицистическом дискурсе, основная задача которого наиболее эмоционально и полно донести мнение и суть проблемы до реципиента» [39].

Коммуникативная функция неологизмов лучше всего реализуется в употреблении новых эпитетов, глаголов, которые обеспечивают образную коммуникацию.

Прагматическая функция находится под влиянием условий, в которых протекает большая часть современной коммуникации – виртуальность, главной особенностью которой является анонимность, общедоступность, немедленная реакция. Ведущую роль в рамках прагматики играет воздействие на адресата. Новизна информации и ее регулятивные свойства обеспечивают полное принятие абсолютной власти СМИ в современном мире. Регуляция, то есть воздействие, осуществляется за счет использования экспрессивности, эмотивности неологизмов. Прагматика также изучает отношение индивида к языковым знакам, именно поэтому прагматическая функция неологизмов также раскрывается в индивидуально-авторской языковой игре при словообразовании.

Прагматическая функция неологизмов связана с коммуникативной и когнитивной функциями. Благодаря ярко выраженному функционально-стилистическому аспекту неологизмов, прагматическая функция в большей степени отражается при использовании неологизмов в публицистических текстах и языке СМИ для привлечения внимания к информации[5].

Нормообразующая функция заключается в неупорядоченном и стихийном изменении норм и языковых стандартов. Новые речевые нормы возникают на базе существующих норм, а благодаря повсеместному использованию неологизмов в публицистических текстах и языке СМИ, новые нормы получают массовое распространение и нередко закрепляются в языке. Несмотря на то, что выделение нормы – это всегда затруднительный процесс, устойчивость и частотность некоторых новых слов может быть отправной точкой для решения этой задачи.

Конечно, в английских медийных текстах нет единой системы языковых норм, а присутствует лишь норма узувальная, то есть стихийная. В подобных условиях неологизмы практически утрачивают способность к

кодификации и стандартизации, а наоборот, создаются вопреки нормам литературного языка

Темпоральная (когерентная) функция неологизмов связана с их узуальным значением в условиях определенной исторической формации. В настоящее время данная функция характеризуется существованием таких неологизмов, как *to twitter, follower, liking, posting*, то есть новых слов, связанных с виртуальным общением, соответствующих типу эпохи. Темпоральная функция неологизмов заключается в отражении уровня развития общества, базовых ценностей, интересов языкового коллектива путем развития коннотативного значения лексических единиц.

Е. С. Попович приходит к выводу, что «функции неологизмов носят двойственный характер. С одной стороны, они подчеркивают связь с окружающим миром и отражение неологизмами действительности, с другой – демонстрируют неотрывность новых слов от существующих внутренних законов функционирования языка»[43].

Выводы по первой главе

В первой главе нами были рассмотрены теоретические материалы по теме нашего исследования. Мы выяснили, что неологизмами называются новые слова, которые появляются в языке по мере развития общества и технологий в определенный период времени. Эти новые лексические единицы динамично обогащают различные сферы общества, начиная от политики и заканчивая повседневной жизнью людей, поскольку все больше реалий требует номинации.

В лингвистике возникает отдельное направление, изучающее такое явление, как неологизмы, поскольку количество новообразований в словаре продолжает расти с каждым годом. Неология, будучи новым разделом в лексикологии, сталкивается с рядом трудностей, одной из которых является неоднозначность самого определения "неологизм"[33].

В данной главе рассмотрены различные подходы к определению неологизма как лингвистического явления. Хотя неологизмы активно изучаются исследователями как зарубежными, так и отечественными, до сих пор нет единого мнения о критериях, по которым можно считать слово новым, так как неологизмы часто образуются из уже существующих слов в языке. Мы придерживаемся определения неологизма выведенного В. Н. Ярцевой «неологизмы — это слова, значения слов или словосочетания, появившиеся в определенный период в языке или однажды употребленные в тексте или речевом акте».

Также были изучены классификации неологизмов на основе словообразовательных и семантических критериев и факторы, способствующие появлению новой лексики.

Неологизмы могут выполнять множество функций. Можно сделать вывод, что основные задачи новых слов заключаются в номинации новой реалии или явления, а также в стилистической окраске, поскольку они несут в себе новизну и необычность в восприятии.

На основе изученного теоретического материала о словообразовательных паттернах можно заключить, что наиболее распространенными моделями являются аффиксация (суффиксация и префиксация), словосложение и словослияние, конверсия и сокращения.

Исходя из всего сказанного и опираясь на собранный теоретический материал, во второй главе нашей задачей является отбор материала для исследования, составление классификаций неологизмов по нескольким критериям и определение их функций на основе материала из медиадискурса.

ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ О КИНО И ЛИТЕРАТУРЕ В МЕДИАДИСКУРСЕ

Вторая глава настоящего исследования посвящена анализу неологизмов, относящихся к кино и литературе в англоязычном медиадискурсе. Материал исследования составляют статьи, публикуемые в различных медийных изданиях, таких как The Guardian, The New York Times, Empire, The New Yorker, Daily Mail, Independent, Entertainment Weekly и других. Для проведения анализа нами было просмотрено и проанализировано 1000 статей, чтобы методом сплошной выборки найти неологизмы и получить полную картину использования выявленных новых слов в медийной среде.

Одним из важных аспектов исследования является определение количества неологизмов, встречающихся в англоязычных медийных статьях, а также выявление разнообразия тематики и рубрик, в которых данные статьи публикуются. Это поможет понять, какие аспекты кино и литературы находят отражение в неологизмах и какие медийные форматы предпочитают использовать новые слова.

В процессе анализа мы также делаем подсчет количества примеров неологизмов, представленных в статьях. Данный аспект имеет свою важность, поскольку он позволяет оценить интенсивность использования новых слов в медийном контексте. В случае обнаружения большого количества примеров неологизмов можно говорить о значимости и широком распространении данных лексических новообразований в англоязычном медиадискурсе.

Исследование неологизмов о кино и литературе имеет свою значимость и актуальность. Анализ их использования в медийных текстах позволяет раскрыть различные функции и значения, которые неологизмы приобретают в контексте коммуникации. Кроме того, такое рассмотрение поможет понять, как и почему новые слова создаются, как они влияют на

формирование и развитие языка, а также как они служат средством передачи информации и выражения эмоций в медийной сфере.

2.1 Классификация неологизмов по способу словообразования

По мнению многих лингвистов, существование множества трактовок основной единицы неологии – неологизма – обуславливает разные направления изучения этого явления: структурно-семантического, социо- и психолингвистического, структурного, денотативного и иных [32].

Основная цель наших исследований лежит в русле структурно-семантического направления и состоит в описании новых фактов на уровне языка и речи, выявлении способов образования и особенностей применения новой лексики. Именно поэтому в нашей работе значительное внимание уделяется классификации новой лексики и определению ее влияния на язык.

Исходя из вышесказанного, мы подвергли анализу словообразовательные модели, в соответствии с которыми появились выбранные лексические инновации. Необходимо отметить, что в теоретической главе работы было высказано предположение о том, что самыми распространенными продуктивными моделями словообразования в настоящее время считаются словосложение и словослияние.

Рисунок 1 показывает процентное соотношение моделей словообразования, с помощью которых были образованы неологизмы, отобранные нами в англоязычных публикациях.

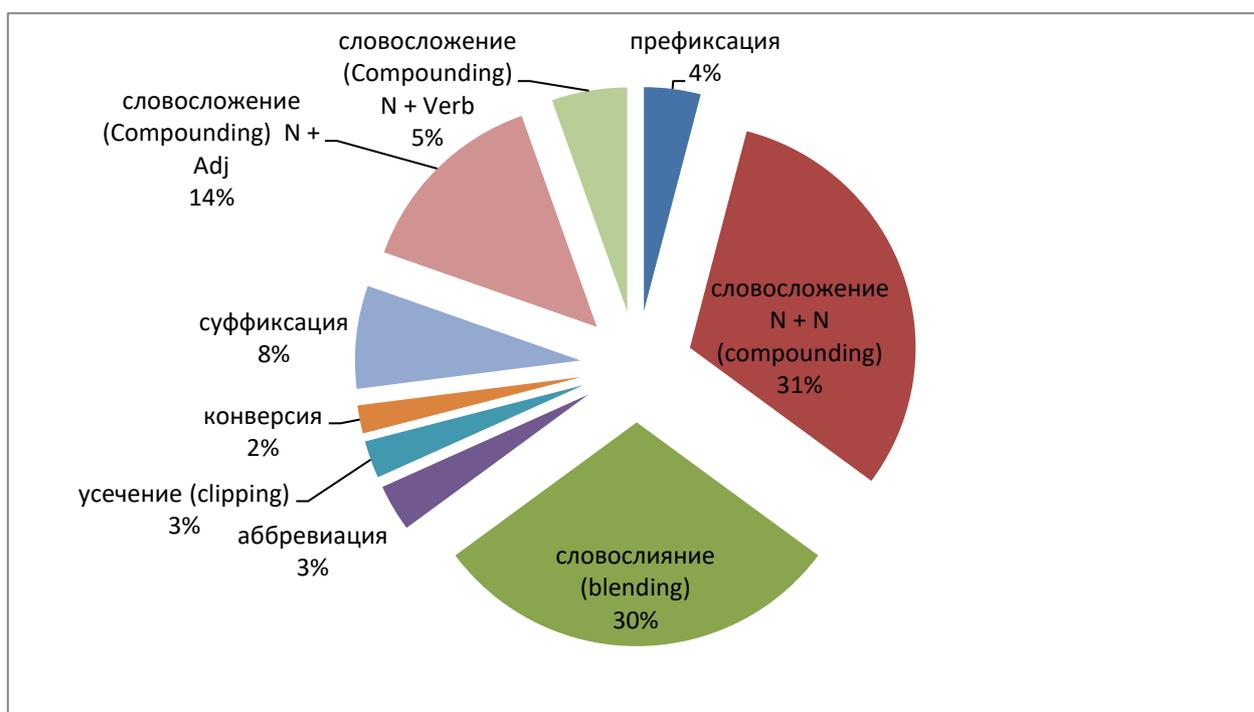


Рисунок 1 – Преобладающий способ словообразования

Исходя из данных таблицы, мы можем сделать вывод о том, что такая словообразовательная модель, как словосложение (compounding) проявляет наибольшую продуктивность. В общей сложности 50 % неологизмов, отобранных нами, были образованы этой моделью. Если же мы посмотрим в частности, то замети, что среди словосложения самой продуктивной моделью является N + N, которая составляет 31 % от всех неологизмов. Приведем несколько примеров:

1. Sleeper hit;
2. Booknerd;
3. Bookworm;
4. Audiobookstagram;
5. Bookstagrammer;
6. Slipstream fiction;

7. Bookface;
8. Bookhangover;
9. Frame story;
10. Gender twist;

Следующей наиболее продуктивной моделью словообразования, в соответствии с нашим исследованием, является слово слияние или *blending*. С помощью этой модели образовано 30 % всех неологизмов о кино и литературе. Обратим внимание на несколько примеров:

1. Dramedy;
2. Warmedy;
3. Celebreality;
4. Shero;
5. Page-à-vu;
6. Cinemaniac;
7. Metafiction;
8. Biopunk;
9. Cinemactivism;
10. Litfluencer;

Словосложение с моделью *N + Adj.* также является одним из наиболее распространенных и продуктивных способов словообразования в рамках нашего исследования. Этот способ составляет значительную часть (14 %) от общего количества. Слова, образованные по этой модели, могут точно передавать определенные характеристики или свойства объектов, явлений или понятий. Посмотрим на несколько примеров:

1. Cinematic universe;
2. Literary remix;
3. Feminist killjoy;
4. Nonbinary narratives;
5. Digital intermediate;

6. Facial capture;
7. Digital cinema package;
8. Short film;
9. Independent film;
10. Slow-burn;

Самыми не продуктивными являются следующие словообразовательные модели:

- 1) суффиксация (8 %) – soapers, cinemaholic, bibliomane
- 2) словосложение N + Verb (5 %) – bookcrossing, shoegazing, gender-bending
- 3) префиксация (4 %) – transmediale, prequel, reboot
- 4) аббревиация (3 %) – POV, FOMO, PiP
- 5) усечение (3 %) – mellers (от melodramas), adap (от adaptation), the Berg (от Steven Spielberg)
- 6) конверсия (2 %) – to Kill Bill, to Mamet, to cameo

Таким образом, отобранный материал для исследования позволяет сделать вывод, что не все перечисленные в первой главе дипломной работы продуктивные модели образования слов, присущие английскому языку, действительно являются самыми распространенными типами. Словосложение и словослияние являются наиболее продуктивными моделями словообразования для создания неологизмов. Эти модели позволяют передать сложные понятия или комбинировать существующие понятия в краткой и лаконичной форме. Это особенно полезно в медиадискурсе, где краткость и ясность являются ключевыми. А также новые слова, созданные путем словосложения или словослияния, могут быть легко узнаваемыми и идентифицируемыми, так как они содержат уже существующие компоненты или корни. Это помогает в быстрой идентификации и понимании новых понятий.

Полный список неологизмов и их способов словообразования можно найти в Приложении.

2.2 Классификация неологизмов по способу выражения главного слова в словосочетании

В зависимости от того, какой частью речи выражается главное слово, выделяют именные, глагольные и наречные словосочетания [36].

А. Именные словосочетания делятся на несколько групп.

1) субстантивные словосочетания. Главный компонент выражается именем существительным, а зависимый – прилагательным, причастием, числительным, существительным, наречием, местоимением, инфинитивом.

2) адъективные словосочетания. Главный компонент выражается именем прилагательным, а зависимый – существительным, местоимением, наречием, инфинитивом.

3) нумеративные словосочетания. Главный компонент выражается числительным, а зависимый – существительным или местоимением.

В. Глагольные словосочетания. Главный компонент выражается глаголом, причастием или деепричастием, а зависимый – существительным, наречием, инфинитивом.

С. Наречные словосочетания. Главный компонент выражается наречием или словом категории состояния, а зависимый – существительным, местоимением или наречием.

Рисунок 2 позволяет нам рассмотреть, какие словосочетания были нами обнаружены в ходе анализа неологических образований.

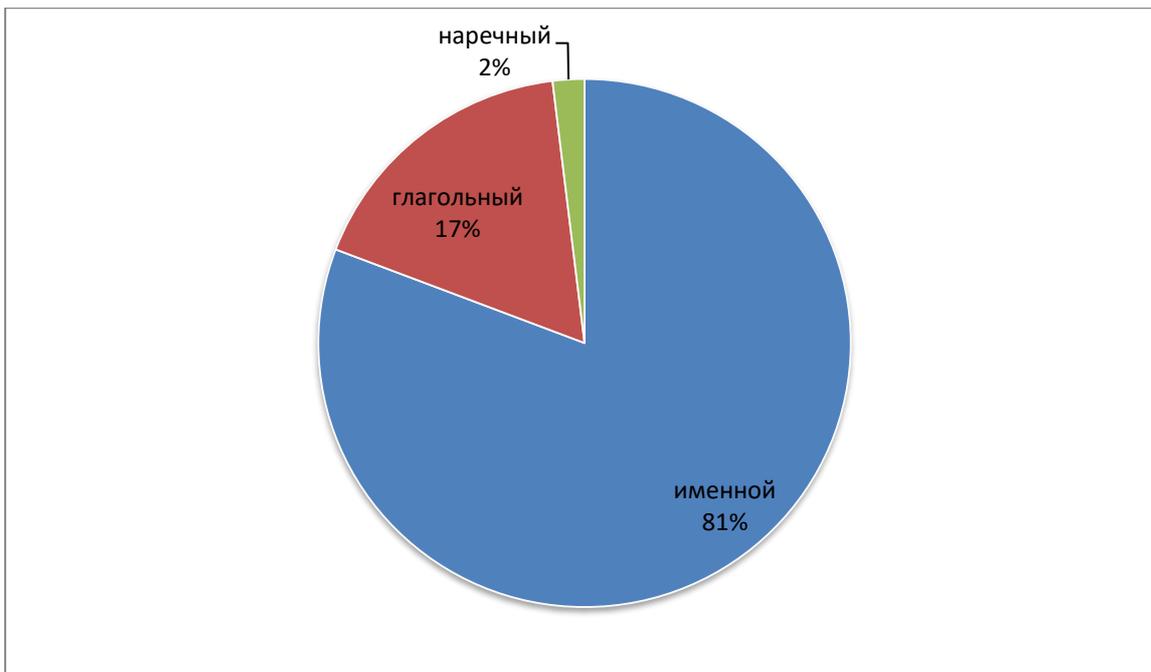


Рисунок 2 – Преобладающий способ выражения главного слова

Исходя из этого рисунка, можно сказать, что именные словосочетания составляют подавляющее большинство среди всех групп, в них входит 81 % всех неологических словосочетаний.

Среди отобранных нами неологизмов, все словосочетания, которые являются именными относятся к субстантивным: digital surgery, book hangover, magical realism, intersectional literature, own voices, motion capture, augmented reality, facial capture, digital intermediate, day-and-date release, digital cinema package, platform release, box office, cinema verite, oscar bait, film noir, cozy mystery, epistolary novel, frame story, time loop, spine poetry, book hoarder, book hangout, book fair, book tour, book signing, generation-z film, gender-fluid literature, body-positive book/film, diverse representation, prestige drama, cinematic universe, feminist killjoy, stereotype threat, male gaze, nonbinary narratives, trailer reaction, teaser trailer, sleeper hit, jump scare, slash film, slipstream fiction.

Глагольные словосочетания представляют менее многочисленную группу (17 %): rolling in the aisles, to keep on the edge of your seat, to bring

the house down, to steal the show, to wade through, to do a hatchet job on, to pick holes in, to be a couch critic, to have someone's name in lights.

Самой малочисленной группой являются наречные словосочетания, сюда относится лишь одно: heavy going.

Данная информация указывает на то, что в данном контексте именные словосочетания являются наиболее часто используемыми и предпочтительными. Они включают широкий спектр тематик, от сферы цифровых технологий и кинематографии до литературных жанров и литературной критики. Глагольные словосочетания занимают второе место по распространенности, обозначая действия и реакции, связанные с различными видами развлечений и критической оценкой. Наречные словосочетания представлены только одним примером, что указывает на их редкое использование в данном контексте.

2.3 Семантическая классификация неологизмов

В данной части нашего исследования мы сосредоточимся на классификации неологизмов по семантическим группам. Отражая разнообразные аспекты современного медиадискурса, неологизмы о кино и литературе являются важным объектом анализа. Наша цель состоит в том, чтобы структурировать и систематизировать эти неологизмы на основе их семантического значения. Мы проведем детальный анализ каждой семантической группы и исследуем связь между неологизмами и социокультурными тенденциями, которые они отражают. Это позволит нам более глубоко понять, как язык эволюционирует и приспосабливается к современным реалиям.

В рамках исследования было выявлено несколько семантических групп неологизмов:

- 1) технические термины
- 2) новые жанры и тренды

3) неологизмы, отражающие социокультурные изменения

4) неологизмы, имеющие гендерную характеристику

Рассмотрим каждую из этих групп подробнее и разберемся в особенностях и характеристиках каждой из них.

Первая группа – это неологизмы, связанные с технологиями, производством или распространением литературы и кино. Эти неологизмы отражают инновационность индустрии, они могут содержать термины, связанные с конкретными технологиями, методами производства, оборудованием или форматами, которые используются в кино и литературе. Они позволяют точно идентифицировать и описывать различные аспекты работы в этих областях. Они являются результатом прогресса и развития в этих областях.

Примеры таких неологизмов включают:

1) dolby atmos: a surround sound technology that immerses the viewer in a three-dimensional audio experience;

2) motion capture: a technique that records the movements of actors or objects and then digitizes them to be used in computer-generated imagery;

3) augmented reality: an interactive experience that uses computer-generated sensory input, often used in marketing and promotion of films;

4) digital intermediate: a process used during post-production that creates a digital master copy of a film, used for color correction and visual effects;

5) facial capture: a technology that records the facial expressions of an actor, often used to animate digital characters;

6) director's cut: a version of a film that reflects the director's original vision, often with additional or deleted scenes;

7) digital surgery: post production techniques are used to make actors appear taller and slimmer, and less wrinkled;

8) saturation release: a distribution strategy in which a film is released in a large number of theaters at once;

9) LitTech: encompasses the use of technology in the creation, distribution, and consumption of literature. It includes various digital tools, platforms, and applications that enhance the literary experience, such as e-books, digital publishing platforms, online literary communities, interactive storytelling, digital libraries, literary apps, and more;

10) PiP (picture in picture): a feature in video and television technology that allows a smaller video or image to be displayed within a larger one. It enables viewers to simultaneously watch two or more videos or images on the same screen.

Второй выделенной нами группой являются неологизмы, отражающие жанры и тренды. Неологизмы в кино и литературе, отражающие новые жанры и тренды, играют важную роль в развитии и современной культуре. Эти неологизмы являются инструментами самовыражения и средствами общения, позволяя авторам уловить и передать сущность новых явлений. Такие неологизмы могут включать новые термины, названия персонажей, названия фильмов или книг, а также новые понятия, связанные с сюжетом, стилем и эстетикой. Они помогают создать уникальную идентичность для этих новых жанров и трендов, подчеркивают динамичность и креативность индустрии развлечений, а также привлекают внимание публики и вызывают интерес к новым произведениям.

Чтобы убедиться в этом, посмотрим на данные предметы:

1) female buddy film: similar to the “buddy film” genre, except that the main characters are women, and the plot is centered around them;

2) mumblecore: a genre of independent film characterized by low-budget production, naturalistic performances, and improvised dialogue;

3) metafiction: a literary technique that uses self-awareness to draw attention to the artifice of storytelling, often breaking down the boundaries between narrative voice and authorial voice;

4) biopunk: a subgenre of science fiction that explores the implications of biotechnology and genetic engineering on society;

5) prestige drama: a term used to describe a particular type of TV drama that is artistically ambitious and deals with serious themes, often featuring high-quality acting and production values;

6) reality soap: a TV show which features a cast who are not professional actors, but who are shown in stage-managed situations;

7) structured reality: reality TV in which the location and scenario is contrived by the producer but the interaction between the participants is unscripted;

8) Oscar bait: a term for a film that is specially designed to win critical acclaim and Academy Awards;

9) slow-burn: a film or a book that is deliberately paced and builds tension slowly over time;

10) found footage: a genre of film that purports to be real, often using handheld camera footage.

Неологизмы, связанные с социокультурными тенденциями составляют нашу следующую группу, они играют значительную роль в отражении и интерпретации современного общества и его изменяющихся ценностей. Они являются результатом эволюции языка и культуры, отражая новые понятия, явления и концепции, возникающие в современном обществе. Такие неологизмы могут быть связаны с новыми социальными движениями, политическими тенденциями, технологическими достижениями, изменениями в межличностных отношениях и другими сферами социокультурной жизни. Они помогают обозначить и определить новые явления, давая им языковое выражение.

Такие неологизмы не только отражают социокультурные тенденции, но и активно влияют на них. Они служат средством самовыражения, создания и поддержания идентичности, формирования групповой принадлежности и коммуникации в рамках современного общества[13].

В рамках этой группы были обнаружены следующие неологизмы:

1) to binge-watch: to watch multiple episodes of a TV series in one sitting, without interruption;

2) intersectional literature: literature that takes into account the interaction of various forms of discrimination, such as racism, sexism, homophobia, transphobia, and others, and reflects the complexities and multifaceted nature of sociocultural changes;

3) ecocinematography: the use of cinematographic techniques and devices to convey ecological themes and issues, such as climate change, nature conservation, and sustainable development;

4) litflix: a term that encompasses literary works adapted into TV series or movies available on popular streaming platforms;

5) #OwnVoices: a literary movement that supports works created by authors who belong to the marginalized groups they are writing about, such as authors with specific ethnic, cultural, or gender experiences;

6) cinemability: the ability of cinema to influence worldview and awareness of sociocultural issues, as well as the audience's ability to perceive and analyze cinematic works;

7) culturo-drama: a term describing work that actively engages with sociocultural issues, such as racial equality, feminism, migration, violence, and other complex social concerns;

8) generation-Z film: a term that reflects films created for and targeting the generation Z (young people born in the 1990s-2000s) and reflecting their characteristics, values, perspectives on the world, and technological preferences;

9) FOMO (fear of missing out): an acronym describing the fear of missing out on something interesting or important, especially in a social context;

10) instapoetry: a genre of poetry characterized by short and easily digestible poems written specifically for publication on social media platforms such as Instagram.

Последняя семантическая группа в нашем исследовании – это неологизмы, имеющие гендерную характеристику. Они играют важную роль в выражении и осмыслении различных аспектов половой идентичности, отражают проблемы стереотипизации, неравенства и дискриминации на основе гендера. Они помогают осознать социокультурные нормы, которые создают преграды для полноценного участия людей независимо от их гендерной принадлежности. Эти неологизмы подчеркивают необходимость включения различных голосов, историй и опытов в кино и литературу, чтобы каждый человек мог найти себя в произведениях и чувствовать себя признанным.

Следующие неологизмы служат подходящим примером:

1) guy-cries: are such films that make men cry;
2) chick flick: is a movie designed specifically for women;
3) shero: a hero, especially one who supports women's issues;
4) Mary Sue: a female character invented by the author who is so perfect that it annoying;

5) Marty Stu (or Gary Stu): a seemingly perfect male character with no flaws, or who always overpowers other characters;

6) gender twist: a situation where one or another role that a man or woman traditionally plays is played by a representative of the opposite sex;

7) cross-cast: to cast women in men's roles and vice versa;

8) fempire: this term refers to the collective power and influence of women in the entertainment industry, specifically in film and television;

9) herstory: a combination of "history" and "her," this term is used to highlight and celebrate the overlooked contributions of women in history, including in literature and cinema;

10) manel: a panel consisting solely of men, often seen in literary and film festivals or conferences.

После рассмотрения всех семантических групп данной классификации, обратимся к Рисунку 3 и подведем итоги.

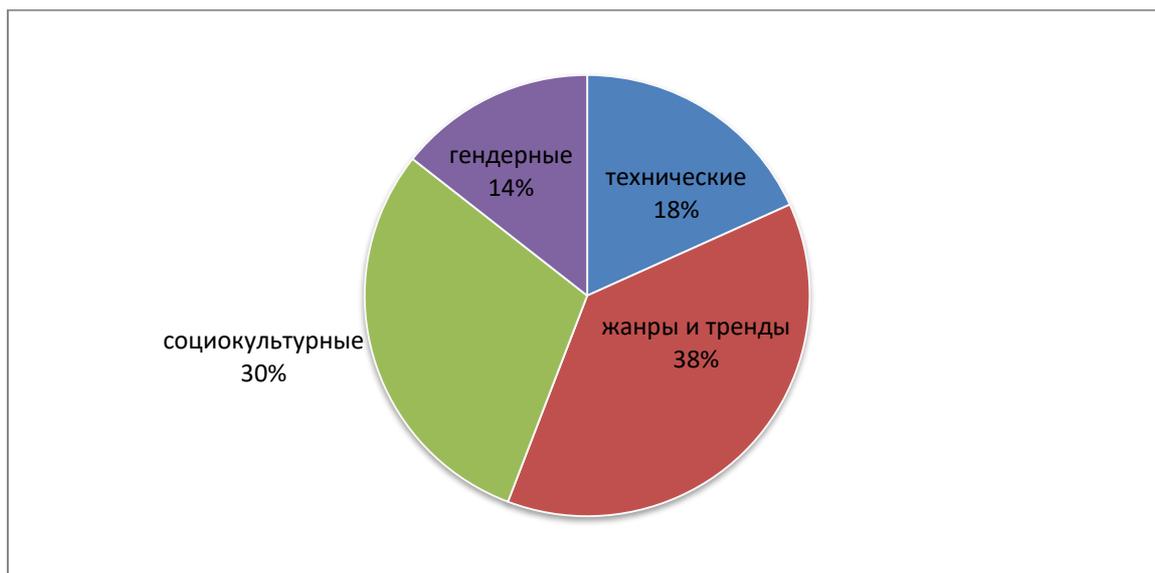


Рисунок 3 – Преобладающая семантическая группа неологизмов

Современные неологизмы в кино и литературе отражают широкий спектр социокультурных и технологических изменений. Статистические данные показывают, что наибольшая доля неологизмов относится к жанрам и трендам (38%) и социокультурным аспектам (30%). Это можно объяснить постоянными изменениями и развитием в области кино и литературы, которые порождают новые жанры и тренды, а также отражают важные социальные и культурные темы.

Неологизмы о жанрах и трендах отражают постоянную потребность зрителей и читателей в новых и захватывающих формах развлечений. Они описывают новые жанры, стили и подходы, которые возникают в кино и литературе. Это может быть связано с различными жанровыми

экспериментами, обновленными подходами к повествованию и новыми способами взаимодействия с аудиторией.

Социокультурные неологизмы отражают современные социальные и культурные тенденции. Они отражают важные вопросы, такие как гендер, расовое равенство, многообразие и политика. Такие неологизмы могут включать новые термины и выражения, которые помогают обозначить эти темы и провести дискуссию в литературе и кино.

Технологические неологизмы занимают 18% от общего количества и связаны с быстрым развитием технологий и их влиянием на кино и литературу. Они описывают новые технологические концепции, такие как виртуальная реальность, искусственный интеллект, расширенная реальность и другие. Такие неологизмы помогают описать и объяснить новые возможности, которые технологии предоставляют в кино и литературе.

Процентное соотношение гендерных неологизмов составляет 14 %, можно отметить, что они отражают растущий интерес к вопросам гендера и равноправия в современном обществе. Они помогают описать и обсудить важные аспекты гендерной идентичности, сексуальности и социальных неравенств. Такие неологизмы позволяют проводить глубокие дискуссии и проливать свет на эти актуальные вопросы в кино и литературе.

Таким образом, преобладание неологизмов о жанрах и трендах и социокультурных неологизмов можно объяснить постоянными изменениями в кино и литературе, растущим интересом к социокультурным вопросам и влиянием новых технологий на производство и потребление контента.

2.4 Участие стилистических приемов в образовании неологизмов о книгах и фильмах

Язык живет и развивается вместе с нами, отражая нашу культуру, технологический прогресс и социальные изменения. Однако неологизмы не только обогащают наш словарный запас, но и играют важную роль в стилистике языка. Они могут быть использованы для создания определенного эффекта, передачи настроения или усиления выразительности текста.

В данной классификации мы сосредоточимся на изучении различных стилистических приемов, которые используются в неологизмах.

Первая группа – это неологизмы, имеющие метафорическое значение. Метафорические неологизмы могут быть использованы для создания образных и ярких описаний, а также для передачи сложных концепций или идей более доступным и эффективным способом. Такие неологизмы часто возникают в контексте развития технологий и культурных изменений. Например, в кино и литературе появляются неологизмы, связанные с виртуальной реальностью, цифровыми медиа, социальными сетями и другими аспектами современной жизни. Они создают новые ассоциации и переносные значения, расширяя традиционные границы языка. Следующие неологизмы несут метафорическое значение:

1) bookish: having traits or qualities associated with or suited to reading or writing books;

2) page-turner: an expression used to describe a book or movie that captivates the reader or viewer and makes them eagerly anticipate the next page or scene;

3) character arc: a term used to describe the development of a character throughout the plot of a book or movie. It is a metaphor borrowed

from the film industry, where an "arc" describes the journey a character undergoes from the beginning to the end of the story;

4) unputdownable: a metaphor describing a book or movie that is so gripping that it is difficult to put down or stop watching;

5) movie magic: a metaphor describing the effect or impact created by a book or movie on its audience, akin to how cinematic magic can impress viewers;

6) scripted reality: a metaphor describing a book or movie that appears so real or authentic that it resembles a scripted version of reality.

7) bookworm: a metaphor that describes a person who loves books and spends a lot of time immersed in reading;

8) visual imagery: a term used to describe vivid and visual descriptions or images in a book or movie that create visual impressions in the minds of readers or viewers. It is a metaphor borrowed from the film industry, where "visual imagery" refers to the visual elements of a film;

9) reality soap: a TV show which features a cast who are not professional actors, but who are shown in stage-managed situations

10) digital surgery: post production techniques are used to make actors appear taller and slimmer, and less wrinkled;

11) Kill Billed: Quentin Tarantino's Kill Bill was released in two parts owing to the four-hour duration of the entire film - such duration is considered disastrous in financial terms. Thus, the meaning of the verb here is to release in two parts in order not to take a financial risk caused by the long duration of the film;

12) to Mamet: Mamet refers to David Mamet, who is famous for his skillful writers of screenplays for big-budget films. Thus, the sense of the verb here is to improve a flawed screenplay by rewriting it;

13) book hangover: a feeling of emptiness that you feel after having finished reading a very engaging book;

14) brontesque: a term used to describe writing that has a gothic, moody, romantic, or emotional quality similar to that found in the work of the Bronte sisters;

15) Kubrickian: used to describe anything that is similar to or influenced by the works of American filmmaker Stanley Kubrick. A style of filmmaking characterized by its meticulous attention to detail and themes that explore the darker elements of modern life;

16) shoegazing: a cinematic style characterized by a slow pace, long takes, and a focus on the small details of everyday life;

17) post-human: a term used to describe a future state of humanity in which humans are replaced or surpassed by technological or artificial entities;

18) spine poetry: a form of found poetry that is created by stacking book spines in a particular order to create a poem;

19) page-à-vu: along the lines of déjà-vu, it is when we feel like we have already read a book and we feel something familiar.

В контексте неологизмов, стилистический прием рифмы может проявляться в создании звукового сочетания или подобия звуков в новых словах. Рифма в неологизмах может использоваться для придания импульса и выразительности новым выражениям или терминам.

При использовании рифмы в неологизмах, создаются слова, которые звучат схоже или имеют одинаковое звуковое окончание. Это может включать использование ассонансов (повторение гласных звуков) или консонансов (повторение согласных звуков).

- 1) lit flick;
- 2) chick lit;
- 3) lad lit;
- 4) gran-lit;
- 5) lab lit;
- 6) guy-cry;

- 7) chick flick;
- 8) book crook;
- 9) script trip;
- 10) movie groovy;
- 11) Kill Billed;
- 12) cli-fi;
- 13) book nook;
- 14) film thrill;
- 15) book nook.

Аллитерация – это стилистический прием, заключающийся в повторе одного и того же звукового сочетания или звука в начале двух или более соседних слов. В неологизмах аллитерация может быть использована для создания эффекта звучности, ритма и выразительности.

При использовании аллитерации в неологизмах авторы стремятся привлечь внимание читателя и усилить эмоциональное воздействие текста. Звуковое повторение помогает уловить ритм и мелодию слов, делая их более запоминающимися и выразительными. Данный прием был обнаружен в следующих неологизмах:

- 1) film freak;
- 2) chapter chatter;
- 3) screen sensation;
- 4) bookish bliss;
- 5) film frenzy;
- 6) novel notions;
- 7) fiction fascination;
- 8) blockbuster bonanza;
- 9) screen spectacle;
- 10) movie magic;
- 11) nonbinary narratives;

- 12) teaser trailer;
- 13) day-and-date release;
- 14) found footage.

Обратив внимание на Рисунок 4, можно с уверенностью сказать, что преобладающий стилистический прием в неологизмах – это метафора (41 %), которая является одним из наиболее мощных и эффективных стилистических приемов, позволяющим передать сложные идеи, образы и эмоции. Она позволяет создать неожиданные ассоциации и образные сравнения, делая текст более выразительным и запоминающимся. Поэтому ее преобладание может быть обусловлено стремлением авторов неологизмов к созданию сильных и впечатляющих образов.

Вторым является рифма (31 %), хотя и играет менее значительную роль по сравнению с метафорой, все равно остается достаточно распространенным стилистическим приемом. Рифма способствует созданию музыкальности и ритма в тексте, делая его более приятным на слух и запоминающимся. Однако, авторы неологизмов в данном случае уделяют больше внимания выбору слов и их смысловому содержанию, чем звуковому оформлению.

Наконец, аллитерация, встречающаяся в 28 % случаев, является наименее распространенным стилистическим приемом в данном контексте. Это можно объяснить тем, что авторы неологизмов сосредотачиваются на других аспектах, таких как семантическая сила и оригинальность создаваемых слов, вместо звукового оформления. Кроме того, аллитерация требует особой организации звуков в тексте, что может ограничивать ее использование в создании новых слов.

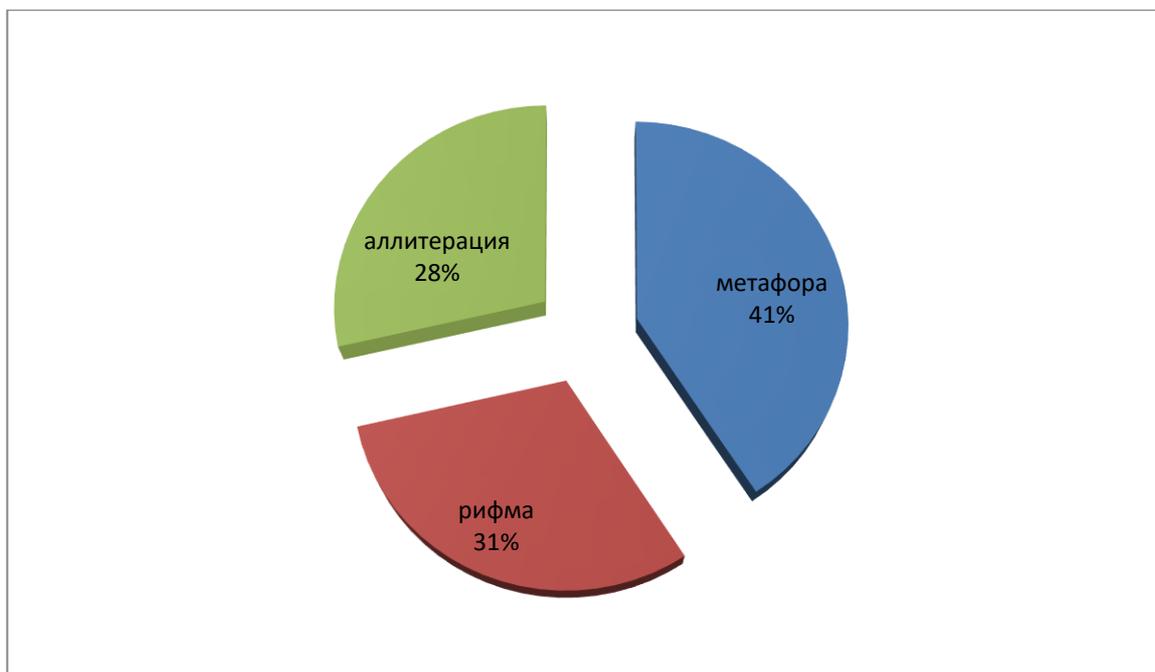


Рисунок 4 – Преобладающий стилистический прием

Таким образом, преобладание метафоры, менее значительной роли рифмы и меньшей группы аллитерации в неологизмах может быть обусловлено стремлением авторов к созданию сильных образов и эмоциональной выразительности, приоритетом смыслового содержания слов и возможными техническими ограничениями в использовании аллитерации.

2.5 Функции неологизмов о книгах и фильмах в медиадискурсе

В научных исследованиях неологизмы рассматриваются с различных точек зрения, включая их лингвистические функции. В контексте медиадискурса, ориентированного на книги и фильмы, неологизмы играют важную роль в передаче информации и создании эмоциональной окраски. В рамках главы I нами было отмечено, что согласно Джейси Чо можно выделить несколько ключевых функций: номинативную, диагностирующую, компрессивно-информативную функции, а также функции обобщения и дифференциации.

Номинативная функция неологизмов заключается в их способности точно и кратко обозначать определенные аспекты и характеристики произведений. Они помогают идентифицировать и классифицировать произведения, определять их жанровую принадлежность и специфические особенности. Эта функция позволяет четко описывать произведения в рамках медиадискурса, а также устанавливать их место в культурной среде. Например, слово "Bibliophile" указывает на человека, увлеченного чтением книг, а "Blockbuster" обозначает крупный, успешный и популярный фильм, привлекающий широкую аудиторию.

Диагностирующая функция неологизмов направлена на идентификацию и описание особенностей произведений. Они помогают определить жанровые, стилистические или тематические особенности произведений, а также классифицировать их среди других произведений. Диагностирующие неологизмы помогают читателям или зрителям понять и анализировать произведения на основе их характеристик. Например, термин "Sci-fi" указывает на жанр книги или фильма, связанный с научными и фантастическими элементами, а "Whodunit" описывает жанр, где главная задача состоит в раскрытии загадочного преступления и выяснении, кто его совершил.

Компрессивно-информативная функция неологизмов заключается в их способности сжимать информацию и передавать богатое содержание в компактной форме, сюда можно отнести выражение "Page-turner" (книга, заставляющая перелистывать страницы). Они объединяют несколько аспектов, эмоциональных оттенков или концепций в одном слове или выражении. Компрессивно-информативные неологизмы особенно полезны в медиадискурсе, где ограниченное пространство или время требуют краткости и лаконичности.

Функции обобщения и дифференциации в неологизмах о книгах и фильмах направлены на выделение общих черт между произведениями или жанрами, а также на выявление их отличительных особенностей. Неологизмы позволяют создать обобщенные категории и сравнивать различные произведения или жанры на основе их общих или уникальных характеристик. Так термин "Literary fiction" обобщает категорию книг, имеющих литературную ценность и фокусирующихся на характерах, сюжете и эмоциональной глубине, а "Film noir" дифференцирует определенный жанр кино, характеризующийся мрачной атмосферой, жесткими детективными сюжетами и темным освещением.

Каждая из этих функций проявляется в неологизмах на практике, подтверждая их значение и роль в развитии языка и общения. Неологизмы являются живым отражением языковой динамики и социокультурных изменений, предоставляя нам богатый инструментарий для точного и выразительного выражения наших мыслей и идей.

2.6 Методические рекомендации по использованию результатов исследования неологизмов о книгах и фильмах в практике обучения английскому языку в школе

Влияние современных технологий, распространение глобальной культуры и другие факторы привели к возникновению единого социокультурного пространства. В этом новом контексте каждый человек может активно участвовать в межкультурном общении, сохраняя при этом свою национальную идентичность. Для эффективного общения в таком многообразии культур, изучающие английский язык должны иметь глубокое понимание англоязычной реальности, национальных и культурных особенностей англоговорящего сообщества.

Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту (ФГОС), основной целью изучения иностранного языка является

формирование коммуникативной культуры учащихся. Помимо этого, предмет ставит перед собой ряд задач, таких как развитие учащихся в области речи, расширение их языкового и общего кругозора, а также формирование представления о взаимодействии культур и осознание себя как носителя культуры и духовных ценностей своей нации[49].

Комплекс упражнений по английскому языку разработан для учащихся средней школы 9 класса.

Цель комплекса заключается в развитии языковых компетенций учащихся, а именно лексических навыков, навыков чтения и говорения путём практической работы с упражнениями повышенной трудности. Работа с представленным комплексом упражнений формирует практические навыки различных видов речевой деятельности.

Структура комплекса упражнений состоит из 3 этапов, включающих в себя 9 упражнений.

Тема данного комплекса направлена на ознакомление с лексическим материалом, формирование лексических навыков и закрепление уже существующих. Упражнения развивают навык чтения, сфокусированы на проверке понимания и осмыслении содержания темы, активизации мыслительной деятельности учащихся.

Данный комплекс разработан с опорой на требования Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (далее ФГОС).

Согласно ФГОС, обучение школьников английскому языку в старшей и средней школе направлено на развитие иноязычной компетенции. Планируемые предметные результаты должны включать в себя развитие:

- 1) речевой компетенции (навыки чтения, говорения, слушания и письма);

2) языковой компетенции (овладение и оперирование новыми языковыми средствами);

3) социокультурной компетенции (знание национально-культурных особенностей страны изучаемого языка и способность использовать эти знания при общении);

4) компенсаторной компетенции (умение компенсировать недостаточность знаний);

5) учебно-познавательной компетенции (умения совершенствования учебно-познавательной деятельности).

Разработанный нами комплекс упражнений был составлен согласно ФГОС и отвечает предъявляемым требованиям, а именно:

1) обеспечивает формирование толерантного отношения к другим культурам, их ценностям и выраженной личной позиции; развивает национальное самосознание на основе знакомства с жизнью сверстников в других странах;

2) обеспечивает формирование и совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции; расширяет и систематизирует полученные знания, развивает умение их применения.

3) обеспечивает достижение допорогового уровня иноязычной коммуникативной компетенции;

4) формирует и развивает мотивацию к совершенствованию владения иностранным языком, в том числе на основе наблюдения и самооценки.

Данный комплекс упражнений может быть использован в рамках темы «Art & Entertainment» УМК Д. Дули, В. В. Копыловой «Звёздный английский» для учащихся 9 класса. К этому году обучения учащиеся должны уметь употреблять и понимать различные лексические единицы, в том числе и неологизмы. Анализируемые неологизмы отражают социокультурные особенности стран изучаемого языка в областях

литературы и кинематографа. Знание способов образования новых слов демонстрирует высокий уровень языковой компетенции. Цель комплекса заключается в развитии языковых компетенций обучающихся, а именно лексических навыков и навыков чтения путем практической работы с упражнениями, а также формирование социокультурной компетенции.

Warming-up.

Answer the questions:

- What is a new word? Do you know a special term for a new word?
- How often are neologisms used in your opinion?
- Is it easy to understand neologism?
- Speaking of art forms, which do you think is rich in neologisms?
- Do you look up a dictionary when you come across neologisms in texts?
- Have you heard the words “prequel” and “sequel”? What do you think they mean? What do they describe?

Первый этап. Подготовительный (отработка лексических навыков и навыков чтения).

Task 1. Look at the list of neologisms and try guess if they belong to literature, cinema or to both.

Cinemaholic, binge-reading, dramedy, mockumentary, digital surgery, reboot, booktuber, VFX, bookhangover, cross-cast, midquel, biopunk

Literature:

Cinema:

Both:

Task 2. Read the following sentences and try to find neologisms. Guess their meaning.

1. Cinemafication of modern society has led to the widespread use of visual storytelling techniques in marketing strategies.

2. FOMO often leads people to attend social events they have no interest in, just to feel like they're part of the crowd.

3. In order to complete the research paper on time, she needed to engage in binge-reading of scholarly articles and books.

4. The dramedy genre has gained popularity due to its ability to evoke both laughter and tears from an audience.

5. The success of mockumentaries like "The Office" is due to their satirical portrayal of otherwise serious subjects.

6. The cinemaholic community is a thriving online space where film enthusiasts gather to discuss their favorite movies, share recommendations, and engage in lively debates.

7. With PiP technology becoming more common, viewers can now watch multiple shows or sports events simultaneously without missing any important moments.

8. The actor's powerful monologue in the climactic scene of the play was so moving that it brought the house down, leaving the audience in tears.

9. The editor had to wade through a stack of manuscripts to find the most promising novel to publish.

10. The critic's harsh words did a hatchet job on the director's reputation, leading to low box office earnings.

11. As a couch critic, she always has an opinion on every TV show or movie she watches.

12. After years of hard work and dedication, he finally had his name in lights on Broadway as the star of a hit musical.

Task 3. Посмотрите на таблицу 1 и выполните задание. Match the neologisms with their explanations.

Таблица 1 – Соотнесение неологизма с понятием

Neologisms	Explanation
1	2
1. binge-reading/watching	a. reading or watching smth continuously for an extended period, often without taking breaks

Продолжение таблицы 1

1	2
2. PiP (picture in picture)	b. a type of film or television show that presents fictional events in a documentary style
3. to have someone's name in lights	c. anxiety caused by the fear of not being included in social activities or events
4. FOMO (fear of missing out)	d. to read or go through something with difficulty due to its length or complexity
5. to bring the house down	e. to offer opinions or critiques about movies, TV shows, or other forms of entertainment from the comfort of one's own home without any professional experience or training
6. to do a hatchet job on	f. to criticize someone or something harshly and unfairly
7. to wade through	g. a feature on a television or computer screen that allows one program to be displayed in a small window while another program is shown in the main window
8. dramedy	h. to become famous or successful in a particular field, especially entertainment
9. cinemaholic	i. to give an outstanding performance that impresses the audience
10. cinemafication	j. a genre of film or television that combines elements of drama and comedy
11. mockumentary	k. the process of adapting a book or real-life event into a movie
12. to be a couch critic	l. a person who is addicted to watching movies in theaters or at home

Второй этап. Снятие лингвистических трудностей (работа с терминологическим аппаратом и логикой построения текста).

Task 4. Read the texts. Use the neologisms below and fill in the gaps.

Neologisms: Cinemaholic, binge-watching, dramedy, mockumentary, FOMO, PiP, to bring the house down, to wade through, to do a hatchet job on, to be a couch critic, to have someone's name in lights, cinemafication

People of all ages love to go to the cinema to watch the latest films. There are many different movie genres, from action and adventure to romance and comedy. Another popular genre is the ____ (1). This is a combination of drama and comedy. Such films often deal with serious topics, but also include humorous moments. They can be very entertaining and thought-provoking at the same time.

Other films pretend to be documentaries, but they are actually fictional stories. They can be funny or satirical and are often used to make social or political commentary, so nowadays people call them _____(2).

There're some trends that has become increasingly popular in recent years like _____(3). This is when someone watches several episodes of a TV show in one sitting. It's a great way to catch up on a series or watch an entire season in one day. Another trend is _____(4) which is the process of turning a book or play into a movie. More and more directors are becoming involved in movie adaptations, even though a lot of them turn out to be disappointing.

Many people suffer from _____(5), they want to see the latest movies as soon as possible so they don't feel left out of conversations with friends or colleagues. That's why _____(6) feature is a great latest invention, it allows people to watch and do other things on their device at once. For example, they can watch a movie while keeping an eye on social media or messaging apps. You can always use streaming platforms like Netflix or Amazon Prime. It can be challenging _____(7) all the different movie options available, but it's always worth it to find a good film to watch.

Actors are an important part of the film industry. Some actors are more famous than others and _____(8). When a movie is successful, it can _____(9), meaning it receives a lot of applause and positive feedback. However, not all movies are well-received. Critics may _____(10) on a film, meaning they give it a very negative review.

While being passionate about cinema is not a bad thing, some _____(11) can become overly critical of actors and directors. They may criticize an actor's performance without understanding the context of the film or the director's vision. Such people are often referred to as _____(12) because it comes from someone who has never worked in the film industry but feels entitled to judge those who have.

Task 5. After you have read the text answer the questions using the new vocabulary and express your opinion.

1. What are some popular movie genres? Which genre is your favourite?
2. Have you ever binge-watched or read anything?
4. What are mockumentaries, and what purpose do they serve?
5. Do you know any successful example of cinemafication?
6. Would you consider yourself or someone you know a cinemaholic?

Task 6. What types of word formation do you remember? What do you think which type is the most productive for neologisms? Why?

Reference list:

- 1) blending: docudrama, brunch;
- 2) compounding: a bystander, a car park;
- 3) conversion: an iron → to iron;
- 4) abbreviation: U.N.O., CEO;
- 5) suffixation: lifeless, an achievement;
- 6) prefixation: illegal, impossible.

Look at the list of words and classify them according to the type of word formation: to cameo, prequel, bookcrossing, VFX, cinematic, soaper, romcom, celebrealty POV, motion capture, tearjerkers, transmediale, warmedy, reboot, brontesque

- 1) blending:
- 2) compounding:
- 3) conversion:
- 4) abbreviation:
- 5) suffixation:
- 6) prefixation:

Keys:

- 1) blending: romcom, warmedy, celebrealty
- 2) compounding: tearjerkers, motion capture, bookcrossing

- 3) conversion: to cameo
- 4) abbreviation: VFX, POV
- 5) suffixation: soaper, cinematic, brontesque
- 6) prefixation: transmediale, prequel, reboot

Третий этап. Творческий этап.

Task 7. Split up into two groups, using all the information you have learned today and create your own list of neologisms related to cinema and literature and write down their meanings on separate cards. After that exchange the cards with your classmates and challenge each other to match the neologisms and their meanings correctly.

Task 8. You have to use the neologisms that you created. Work in pairs. You are going to take an interview with a famous actor or actress. One of you is the interviewer and the other one is the actor.

Example:

Interviewer: Hello everyone, and welcome to our special interview with the famous actor, Jennifer Miller. So, Jennifer, what made you interested in acting?

Jennifer Miller: Hi there. Well, since I was a child, I've always loved watching movies and TV shows. I'd watch anything from a classic drama to a comedy or **mockumentary**.

Interviewer: Sounds like you're quite the **cinemaholic**!

Jennifer Miller: (laughs) Yes, guilty as charged! I'm always looking for my next favorite show or movie **to binge-watch**.

Interviewer: Speaking of genres, your recent project is a **dramedy**. How did it feel to be part of that production?

Jennifer Miller: It's been incredible. The writing is smart, funny, touching all at once. You have these moments where you're laughing uncontrollably one minute, then sobbing your eyes out the next. It's amazing how the writers managed to balance both genres so well.

Interviewer: That sounds fantastic. Do you think this kind of storytelling will become more popular in the future?

Jennifer Miller: I think so! People are already wading through tons of content trying to find something new and fresh and this combination really does **bring the house down**. And with **FOMO** being a constant worry for everybody these days, people want **PiP** slices of life right now especially in their entertainment choices.

Interviewer: Agreed! But unfortunately, not every production is successful and some critics will **do a hatchet job on them**...what do you think about **couch critics** who aren't able to appreciate the hard work behind the scenes?

Jennifer Miller: Well, it can be frustrating but sometimes the criticism helps you reflect and improve. However, it's important to remember that art is subjective, what works for one person may not necessarily work for another. After all, we put our heart and soul into bringing someone else's vision to life. It can be tough to read negative feedback, but I always try to keep in mind that everyone has their own tastes.

Interviewer: That's a really good point. And finally, what would you say to aspiring actors and actresses who may dream of **having their name in lights**?

Jennifer Miller: Just stick with it! Be persistent because there are no overnight successes. It takes time to establish yourself and get your foot in the door...no matter what couch critics or anyone else is saying. Believe in yourself and love what you do. Thanks for having me!

Interviewer: Thank you so much for sharing your experiences and insights with us today, Jennifer. Best of luck with all your future projects!

Критерии оценивания

1 этап. Оценка «5» ставится ученику, который понял основные факты, сумел выделить отдельную, значимую для себя информацию, догадался о значении части незнакомых слов по контексту, привёл

развёрнутую аргументацию своей позиции. Оценка «4» ставится ученику, который верно выполнил 70% упражнений 1 этапа и аргументировал свою позицию в одном из двух упражнений. Оценка «3» ставится при верном выполнении 50 % заданий 1 этапа. Оценка «2» ставится, если ученик понял менее 50 % текста и не привёл аргументацию своей позиции.

2 этап. Оценка «5» ставится ученику, который верно выполнил больше 70% заданий данного этапа. Оценка «4» ставится ученику, который верно выполнил 70% упражнений. Оценка «3» ставится при верном выполнении 50 % заданий. Оценка «2» ставится, если ученик верно выполнил менее 50 % заданий.

3 этап. Оценка «5» ставится ученику, если он в целом справился с поставленными задачами данного этапа. Выстроенная речь была связной и логически последовательной. Диапазон используемых языковых средств достаточно широк. Языковые средства были употреблены верно, практически отсутствовали ошибки, нарушающие коммуникацию, или они были незначительны. Объем высказывания соответствовал указанному в задании. Наблюдалась легкость речи и достаточно правильное произношение. Оценка «4» выставляется, если учащийся выстраивает ответ связно и последовательно, однако, делая ошибки, нарушающие коммуникацию. Оценка «3» ставится ученику, если он сумел в основном решить поставленную речевую задачу, но используемый диапазон языковых средств был ограничен, объем высказывания не достигал нормы. Ученик допускал языковые ошибки. В некоторых местах нарушалась последовательность высказывания. Оценка «2» ставится ученику, если он только частично справился с решением коммуникативной задачи. Работа не соответствовала указанным требованиям. Учащийся допускал большое количество ошибок, нарушающих общение.

Общая оценка «3» ставится при верном выполнении двух и более этапов на «3». Общая оценка «4» ставится при верном выполнении двух и

более этапов на «4» и отсутствии оценки «2». Общая оценка «5» при верном выполнении двух и более этапов на «5» и отсутствии оценок «2» или «3».

Выводы по 2 главе

На современном этапе развития английского языка неологизмы активно используются в медиадискурсе. Во второй главе данной дипломной работы нами были представлены несколько классификаций неологизмов из сферы описания литературы и кино. Результаты исследования позволяют выявить следующую тенденцию в словообразовании: большая часть найденных нами неологизмов в публикациях англоязычных средствах массовой информации возникают в результате словосложения (compounding), этот способ словообразования составляет 50 %. Словослияние, согласно полученным результатам, действительно, также является частотным способом (30 %). Такие модели словообразования, как аффиксация (12 %), конверсия (2 %), аббревиация (3 %) и усечение (3 %) показали наименьшую продуктивность, согласно полученным результатам. По способу выражения главного слова в словосочетаниях лидирующую позицию заняли именные словосочетания с 81% частотности, глагольные составили 17 % и наименьшей по численности стали наречные словосочетания (2 %).

При классификации по семантическим группам нами было выделено 4 группы, среди которых преобладающими оказались неологизмы о жанрах и трендах (38 %) и социокультурные неологизмы (30 %). Данная тенденция объясняется тем, что неологизмы о жанрах и трендах отражают постоянную потребность зрителей и читателей в новых и захватывающих формах развлечений. Они описывают новые жанры, стили и подходы, которые возникают в кино и литературе. Это может быть связано с

различными жанровыми экспериментами, обновленными подходами к повествованию и новыми способами взаимодействия с аудиторией.

Социокультурные неологизмы отражают современные социальные и культурные тенденции. Они отражают важные социальные проблемы, такие как гендерное и расовое равенство, многообразие, экологическая ответственность и многие другие.

Говоря о стилистических приемах, отметим, что – метафора является одним из наиболее мощных и эффективных стилистических приемов, позволяющим передать сложные идеи, образы и эмоции. Она позволяет создать неожиданные ассоциации и образные сравнения, делая текст более выразительным и запоминающимся. Поэтому ее преобладание может быть обусловлено стремлением авторов неологизмов к созданию сильных и впечатляющих образов. В нашей классификации процентное соотношение этого приема составляет 41 %. Рифма и аллитерация способствует созданию музыкальности и ритма в тексте, делая его более приятным на слух и запоминающимся, однако эти стилистические приемы встречаются не так часто лишь в 31 и 28 % соответственно.

Трудность при анализе функций неологизмов состоит в том, что нельзя четко разграничить каждую из них в акте коммуникации, потому что зачастую они смешиваются и присоединяются друг к другу, в связи с чем, не представляется целесообразным процентный подсчет по каждой из выполняемых функций. Неологизмы, являясь новыми словами или выражениями, выполняют ряд важных функций, которые влияют на коммуникативные процессы и социокультурную сферу.

Во-первых, номинативная функция является основной функцией неологизмов. Они создают новые обозначения для новых объектов, явлений и понятий, связанных с книгами и фильмами. Номинативная функция позволяет точно и конкретно называть, и классифицировать различные жанры, техники, персонажей и темы.

Во-вторых, неологизмы о книгах и фильмах проявляют диагностическую функцию. Они служат для обозначения новых тенденций, трендов и особенностей в литературе и киноиндустрии. Диагностическая функция помогает отразить изменения в производстве, стилях, сюжетах и восприятии книг и фильмов.

Третья функция, компрессивно-информативная, проявляется в способности неологизмов к передаче большого объема информации в краткой и лаконичной форме. Эти новообразования позволяют сжимать и выражать сложные идеи, концепции и отношения в одном слове или выражении.

Кроме того, неологизмы о книгах и фильмах также проявляют функции обобщения и дифференциации. Они могут служить для обобщения и объединения схожих элементов или жанров, а также для разграничения и дифференциации различных аспектов и подходов в литературе и кинематографии.

Эти функции неологизмов о книгах и фильмах оказывают значительное влияние на коммуникацию, развитие языковых компетенций и формирование лингвистического и культурного понимания. Исследование этих функций позволяет лучше понять важность неологизмов в современной литературе, кино и общении, а также способствует расширению знаний и сознательному использованию этих новообразований в контексте книжной и киноиндустрии.

В условиях всемирной глобализации любой человек становится участником межкультурного общения. Одной из задач педагога при обучении иностранному языку является формирование у обучающихся коммуникативной компетенции посредством изучения лексических инноваций, которые появляются в результате новых реалий и событий в англоязычном коммуникативном пространстве. Разработанный комплекс заданий будет способствовать развитию у обучающихся социокультурной

компетенции посредством овладения не только языковыми средствами лингвокультурных сообществ, но и формирования представления о современных англоязычных источниках СМИ.

В настоящее время в эпоху информатизации и компьютеризации всех видов деятельности, в период постоянно меняющихся трендов во всех сферах жизни, в том числе литературы и кинематографа, в условиях современного медиадискурса частотность появления неологизмов постоянно растет. В ходе нашего исследования источников фактического материала было выявлено постепенное увеличение использования средствами массовой информации новой лексики. Её изучение в курсе иностранного языка должно готовить обучающихся к рефлексивному отношению к языку медиатекстов, использованию реального языкового материала в речи. Это также может помочь развитию языковой догадки учащихся и способствовать помогать учащимся творчески относиться к образованию слов. Нелогические единицы могут стать частью их постоянного словарного запаса или же особенными лексическими единицами, которые могут быть использованы в определенных сферах жизни.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате непрерывного пополнения словарного запаса английского языка новыми словами, возникла потребность в новой области изучения языка – неология. Однако статус неологизмов в языке остается предметом дискуссий, так как процесс интеграции неологизмов в широкоупотребительные понятия обычно является длительным и незаметным. Согласно определению В. Н. Ярцевой, "неологизмы - это слова, значения слов или словосочетания, появившиеся в определенный период в языке или однажды употребленные в тексте или речевом акте". Однако данное определение является общим, оно включает практически все возможные новые направления и тенденции в лексикологической и семантической сферах языка.

Неологизмы наиболее часто встречаются в языке средств массовой информации, где отражаются и регистрируются многочисленные изменения в языке, а новые слова, описывающие эти изменения, получают название "модных слов" (buzzwords). Мировые события и явления позволяют отследить появление множества неологизмов, которые отражают текущие общественные тенденции в англоязычных сообществах.

Целью данной работы было изучить структурно-семантические особенности неологизмов о кино и литературе в современных англоязычных СМИ и исследовать их функции в рамках медиа-дискурса.

В современном английском языке существует множество способов образования новых слов, таких как словосложение, конверсия, сокращения, обратное словообразование, лексико-семантический способ, чередование звуков и перенос ударения (фонологический способ) и т.д. Однако все они проявляют различную степень продуктивности.

Результаты исследования в рамках данной работы показывают, что наблюдается смещение продуктивности словообразовательных моделей. Самым распространенным способом образования слов в настоящее время

является словосложение (compounding) и словослияние (blending). Это объясняется тем, что такие слова часто возникают для описания новых явлений или объектов реальности, которые сочетают в себе черты двух уже существующих явлений или вещей, следовательно, эта модель облегчает расшифровку значения неологизмов.

Кроме того, важно отметить, что в области неологизмов, связанных с кино и литературой, преобладающей семантической группой являются жанры и тренды. С появлением новых фильмов и литературных произведений возникают неологизмы для описания и классификации новых видов и направлений в кино и литературе. Также, неологизмы, связанные с кино и литературой, могут отражать социокультурные особенности и изменения в обществе. Эти неологизмы являются второй наиболее распространенной семантической группой и позволяют выразить новые явления и представления, связанные с различными изменениями в обществе.

Другое заключение, сделанное нами, состоит в том, что метафора выступает наиболее частотным стилистическим приемом. Метафорические выражения позволяют передать новые идеи и концепции путем ассоциаций со знакомыми понятиями, помогают создать новые образы и концепции, которые становятся частью кино - и литературного языка.

В целом, неологизмы, связанные с кино и литературой, отражают быстро меняющиеся тенденции и социокультурные особенности, а метафора является распространенным стилистическим приемом для их создания, позволяющим создавать новые ассоциации и образы.

В рамках современных англоязычных СМИ неологизмы выполняют те же функции, что и в повседневной коммуникации, так как язык СМИ стремится максимально приблизиться к восприятию своих читателей. Основная функция новых слов - номинативная, так как они возникают в результате отсутствия соответствующего понятия. К номинативной

функции могут добавляться стилистическая и коммуникативная функции, а также другие (прагматическая, нормообразующая и временная), так как медиадискурс имеет целью воздействовать на читателя, привлекая его внимание с помощью использования иноязычных слов.

Анализ выбранного материала позволил разработать комплекс заданий, направленных на формирование представлений учащихся о неологизмах. Выполняя эти задания, учащиеся развивают свою коммуникативную и социокультурную компетенции, расширяют свой лингвистический кругозор и формируют представление об англоязычной культуре, обществе и языковых тенденциях.

В рамках данной работы были выполнены поставленные задачи и достигнута цель исследования, однако следует отметить, что сама тематика многогранна и многогранна, что предоставляет основу для более глубоких и всесторонних исследований в будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аветисян, Н. Г. Язык СМИ как фактор развития языка [Текст] / Нелли Аветисян // Вестник Московского университета. – 2002. – №4. – С. 80-86.
2. Алефиренко, Н. Ф. Когнитивно-дискурсивная парадигма языкового знака [Текст] / Николай Алефиренко // Язык. Текст. Дискурс: научный альманах. – 2013. – № 7. – С. 31-33.
3. Антонова, М. Б. Язык современного книжного медиадискурса: лексические неологизмы [Текст] / Марина Антонова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 7 (21). – С. 31-33.
4. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка [Текст] : учеб. пособие / Ирина Арнольд. – Изд. 2-е, перераб. – Москва : ФЛИНТА: Наука, 2012. – 376 с.
5. Арутюнова, Н. Д. Истоки, проблемы и категории прагматики [Текст] / Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева // – Новое в зарубежной лингвистике / общ. ред. Е. В. Падучевой // – Вестник Московского университета. 1985. – № 9. – С. 21-38.
6. Арутюнова, Н. Д. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / Нина Арутюнова ; глав. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е. – Москва : Большая Российская энциклопедия, 2002. – 709 с.
7. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов [Электронный ресурс] / Ольга Ахманова // Советская энциклопедия : [сайт]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=38392> (дата обращения: 12.06.2023).
8. Басинская, М. В. Корпусный подход в изучении неологизмов [Текст] / Мария Басинская // Вестник МГЛУ. – 2013. – № 20. – С. 74-86.
9. Бахтин, М. М. Собрание сочинений [Текст] : в 5 т. / Михаил Бахтин. – Москва : Русские словари, 1996. – С. 159-206.

10. Бенвенист Э. Общая лингвистика [Текст] / Эмиль Бенвенист – 2-е. – М. : Прогресс, 2002. – 446 с.
11. Борботько, В.Г. Элементы теории дискурса [Текст] : учеб. пособие / Владимир Борботько. – Грозный : Изд-во Чечено-Ингуш. гос. ун-та, 1981. – 113 с.
12. Брандес, М. П. Стилистика текста. Теоретический курс [Текст] : учеб. пособие / Маргарита Брандес. – Москва : Прогресс-Традиция, 2004. – 416 с.
13. Владимирова, А.Н. Неологизмы как способ отражения политической картины мира [Текст] / Анна Владимирова // Казан. наука. – Казань, 2018. – № 9. – С. 68-70.
14. Волков, С. С. Неологизмы и внутренние стимулы языкового развития [Текст] / Сергей Волков // Новые слова и словари новых слов. – Ленинград : Профиль, 1983. – С.43-57.
15. Волостных, А. В. Функции неологизмов в рекламном тексте (на материале русского и французского языков) [Текст] / Александр Волостных //: автореф. дисс. канд. филол. наук. – Краснодар, 2008. – 21 с.
16. Волошин, Ю. К. Новообразования и собственно неологизмы современного английского языка : специальность Ш143.21-312 : Автореферат на соискание кандидата филологических наук / Ю. К. Волошин ; Моск. гос. пед. ин-т им. В. И. Ленина. – Москва, 2013. – 15 с.
17. Воробьева, И. А. Понятие "неологизм", Классификация неологизмов в английском языке [Текст] / Ида Воробьева // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. – № 3(101). – С. 158-166.
18. Гак, В.Г. Термины и неологизмы в медиадискурсе о искусстве [Текст] / Владимир Гак // Язык науки и техники. – 2017. – № 2. – С. 70-75.

19. Гальперин, И. Р. Очерки по стилистике английского языка. [Текст] / Илья Гальперин. – Москва : Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 462 с.
20. Гоголева, К. Е. Функционирование неологизмов в медийном дискурсе о книгах и фильмах [Текст] / Кира Гоголева // Образование и наука: от традиций к инновациям: материалы Международной научно-практической конференции. – Ульяновск, 2016. – С. 159-161.
21. Грацкова, И.Ю. Неологизмы в современном английском языке [Текст] / Ирина Грацкова // Science Time. – 2015. – №5. – С. 114-118.
22. Дейк, Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация [Текст] : сборник работ / Тён ван Дейк – 1-е. – М. : Прогресс, 1998 – 310 с.
23. Дейк, Т. А. ван., Кинч В. Стратегии понимания связного текста [Текст] / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – Москва : Прогресс, 1988. – С. 153-211.
24. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. [Текст] / Татьяна Добросклонская. – Москва : Флинта: Наука, 2008. – 263 с.
25. Доманский, Д. Е. К проблеме выделения неологизмов в газетном тексте (на материале французского языка) [Текст] / Дмитрий Доманский // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 4-2 (58). – С. 86-88.
26. Дышекова, О. В. К вопросу о пополнении словарного состава современного английского языка [Текст] / Оксана Дышекова // Гуманитарные и социальные науки . – 2014. – № 2. – С. 539-542.
27. Заботкина, В.И. Новация в медийном дискурсе: лексикографический анализ неологизмов [Текст] / Вера Заботкина // Лингвистические исследования. – 2018. – № 1. – С. 187-194.
28. Заботкина, В.И. Новая лексика современного английского языка [Текст] / Вера Заботкина. – Москва : Высш. шк., 1997. – 264 с.

29. Ильина, А. Н., Кибасова С.Г. Словообразование в современном английском языке [Текст] / А. Н. Ильина, С. Г. Кибарисова. – Санкт Петербург : СПбГУЭФ – 2012. – 90 с.
30. Ильясова, С.В. Проблемы перевода неологизмов в книжном и фильмовом медиадискурсе [Текст] / Светлана Ильясова // Отечественные записки. – 2015. – № 4 (35). – С. 95-100.
31. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / Владимир Карасик. – Москва : ГНОЗИС, 2004. – 389 с.
32. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Очерки лексикологии и стилистики [Текст] / Юрий Караулов – Москва : Наука, 1987. – 304 с.
33. Кибрик, А. А. Новообразования и собственно неологизмы современного английского языка [Текст]: специальность 10.02.19 «Языкознание» : Диссертация на соискание доктора филологических наук / Андрей Александрович Кибрик ; Ин-т языкознания РАН. – Москва, 2003. – 90 с.
34. Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования [Текст] / Евгений Кожемякин // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2010. – №6 – С. 13-21.
35. Котелова, Н. З. Избранные работы [Текст] / Надежда Котелова. – Санкт-Петербург : НесторИстория, 2015. – 276 с.
36. Котелова, Н. З. Функционирование лексических неологизмов в медиадискурсе о книгах и фильмах [Текст] / Надежда Котелова // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – № 6. – С. 20-25.
37. Кузнецова, А. А., Безуглова О. А. Средства массовой информации как один из основных источников неологизмов в английском языке [Текст] / А. А. Кузнецова, О. А. Безуглова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 3-1(69). – С. 101-103.

38. Линь, Е., Кончакова С. В. Прагматические функции неологизмов в современных СМИ [Текст] / Е. Линь, С. В. Кончакова // Вестник ТГУ. – 2015. – № 20. – С. 1-5.
39. Миронова, Н. Н. Дискурс-анализ оценочной семантики [Текст] / Надежда Миронова. – Москва : Тезаурус, 1997. – 158 с.
40. Мурадян, Ю. А. Типология инноваций в лексике английского языка [Текст] / Юрий Мурадян. // Проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков. – СПб., 1999. – С. 122-126.
41. Орлов, Г. А. Современная английская речь [Текст] : учеб. пособие для вузов / Герман Орлов. – Москва : Высшая школа, 1991. – 238 с.
42. Попович, Е. С. Лингвистические и экстралингвистические функции неологизмов [Текст] / Екатерина Попович // Филологический аспект. – 2020. – № 6(62). – С. 37-42.
43. Розен, Е.В. Лексические неологизмы в медийном дискурсе об искусстве [Текст] / Евгения Розен. // Лингводидактика. – 2018. – № 3. – С. 101-107.
44. Рублёва, О. С., Свицова А. А., Шкаликов Е. В. Основные параметры типологии неологизмов [Текст] / О. С. Рублёва, А. А. Свицова, Е. В. Шкаликов. // Advance science. – 2017–№4. – С. 1-6.
45. Сенько, Е. В. Неологизация в современном русском языке: междуровневый аспект [Текст] / Елена Сенько – Санкт-Петербург : Наука, 2007. – 354 с.
46. Скороходова, Е. Ю. Роль и употребление неологизмов в современных СМИ [Текст] / Е. Ю. Скороходова, М. М. Щеголева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 5–3. – С. 73-78.
47. Степанов, Г. М. Неологизмы в теории и практике современной лексикографии : на материале русских и английских словарей новых слов [Текст] : специальность 10.02.19 «Языкознание» : Диссертация на

соискание доктора филологических наук / Георгий Михайлович Степанов ; МГУ им. М. В. Ломоносова. – Москва, 1983. – 186 с.

48. ФГОС основного общего образования [Электронный ресурс]: Министерство образования и науки Российской Федерации. – М. Просвещение, 2010. URL: <https://rosfgos.ru/fgos-po-angliyskomu-yazyiku> (Дата обращения: 18.05.2023)

49. Фуко, М. Археология знания [Текст] / Мишель Фуко. – Санкт-Петербург : Гуманитарная акад., 2012. – 415 с.

50. Хурматуллин, А. К. Понятие дискурса в современной лингвистике [Текст] / Азат Хурматуллин // Ученые записки Казанского государственного университета. – 2009. – Том 151, кн.6. – С.31-37.

51. Чо, Д. Д. Функционирования неологизмов в языке газеты [Текст] / Джон Чо // Russian Language Journal. – 2008, Vol. 58. – P. 133-157.

52. Шанский, Н. М. Лексикология современного русского языка [Текст] : учеб. пособие / Николай Шанский – 2-е изд. – Москва : Просвещение , 1972 – 327 с.

53. Шмелева, Т. В. Модель речевого жанра [Текст] / Татьяна Шмелева. – Саратов : Жанры речи, 1999. – С. 88-98.

54. Юмшанова, Е. В. Особенности употребления лексических неологизмов в медийном дискурсе [Текст] / Елена Юмшанова // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 3. – С. 34

55. Якобсон, Р.О. Избранные работы [Текст] / Роман Якобсон. – Москва : Прогресс, 1985. – С. 319-321.

56. Ярцева, В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / Виктория Ярцева. – Москва : Большая Рос. Энцикл, 2002. – С. 331.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Классификации неологизмов о книгах и фильмах

Классификация по способу словообразования

Префиксация:

1. Transmediale
2. Prequel
3. Reboot
4. Remake
5. Reframing
6. Transrealism

Суффиксация:

1. Soapers
2. Cinematic
3. Brontesque
4. Kubrickian
5. Cinemafication
6. Policier
7. Bookish
8. Bookaholic
9. Unputdownable
10. Cinemaholic
11. Bibliomane

Словосложение (Compounding) N + N:

1. Reality soap
2. Lit flick
3. Chick lit
4. Lad lit
5. Gran-lit

6. Lab lit
7. Guy-cries
8. Chick flick
9. Tearjerkers
10. Buddy film
11. Female buddy film
12. Digital surgery
13. Book Hangover
14. Cinemagoer
15. Male gaze
16. Gender twist
17. Trailer reaction
18. Teaser trailer
19. Motion capture
20. Day-and-date release
21. Platform release
22. Screening room
23. Video-on-demand
24. Blockbuster
25. Saturation release
26. Location scouting
27. Guillotine cut
28. Box office
29. Director's cut
30. Sleeper hit
31. Audiobookstagram
32. Bookstagrammer
33. Slipstream fiction
34. Bookhangover

35. Frame story
36. Time loop
37. Booknerd
38. Bookworm
39. Bookface
40. Spine poetry
41. Book hoarder
42. Book hangout
43. Book fair
44. Book tour
45. Book signing
46. Generation-Z film

Словосложение (Compounding) N + Adj.:

1. Prestige drama
2. Magical realism
3. Intersectional Literature
4. Cinematic Universe
5. Literary Remix
6. Feminist Killjoy
7. Nonbinary Narratives
8. Digital intermediate
9. Facial capture
10. Digital cinema package
11. Short film
12. Independent film
13. Slow-burn
14. Chick noir
15. Nordic noir
16. Film noir

17. Cozy mystery
18. Epistolary novel
19. Gender-fluid literature
20. Body-positive book/film
21. Diverse representation

Словосложение (Compounding) N + Verb:

1. Binge-Reading
2. Shoegazing
3. Gender-bending role
4. Binge-watch
5. Found footage
6. Jump scare
7. Slash film
8. Bookcrossing

Словослияние (blending):

1. Dramedy
2. Romcom
3. Warmedy
4. Celebreality
5. Shero
6. Page-à-Vu
7. Cinemaniac
8. Metafiction
9. Biopunk
10. Cinemactivism
11. LitTech
12. DiverseLit
13. Cinemafeminism
14. Litfluencer

15. Cinememoir
16. Ecocinematography
17. Litflix
18. Litwear
19. Cinemascape
20. Multiverse
21. Cinemactivist
22. Cinemability
23. Fempire
24. Herstory
25. Manel
26. Cinemagraph
27. Mumblecore
28. Mockumentary
29. Midquel
30. Booktuber
31. Kindlepreneur
32. Litfic
33. Cli-fi
34. Up-lit
35. Bookception
36. Shelfie
37. Biomythography
38. Instapoetry
39. Reprezenta-lit
40. Culturo-drama
41. Eco-lit
42. Splatire
43. Tweepie

44. Bromance

Аббревиация:

1. VFX (visual effects)
2. SFX (special effects)
3. POV (point-of-view) shot
4. FOMO (Fear of missing out)
5. PiP (picture in picture)

Усечение:

1. Mellers (от melodramas)
2. Adap (от adaptation)
3. Nom (от nomination)
4. the Berg (от Steven Spielberg)

Конверсия:

1. To Kill Bill
2. To Mamet
3. To cameo

Классификация неологизмов по семантическим группам

A. Неологизмы, связанные с технологиями, производством или распространением литературы и кино

1. Cinemagraph: a still photograph in which one or more elements are animated to create a looping video;
2. Teaser trailer: a short promotional ad that gives a small taste of a forthcoming film;
3. VFX (visual effects): an acronym for visual effects, which are digital or practical effects added to a film to create impossible or fantastical visuals;
4. Dolby Atmos: a surround sound technology that immerses the viewer in a three-dimensional audio experience;

5. Motion capture: a technique that records the movements of actors or objects and then digitizes them to be used in computer-generated imagery;
6. Augmented reality: an interactive experience that uses computer-generated sensory input, often used in marketing and promotion of films;
7. Digital intermediate: a process used during post-production that creates a digital master copy of a film, used for color correction and visual effects;
8. Facial capture: a technology that records the facial expressions of an actor, often used to animate digital characters;
9. Day-and-date release: a distribution strategy in which a film is released simultaneously in theaters and on video-on-demand platforms;
10. Digital cinema package: a collection of digital files used by theaters to project films digitally;
11. Platform release: a distribution strategy in which a film is released in a limited number of theaters before gradually expanding to additional theaters;
12. Video-on-demand: a service that allows viewers to watch films and television shows over the internet, often through subscription-based services;
13. Screening room: a private theater used for screening films for studio executives, producers, and other decision-makers;
14. Saturation release: a distribution strategy in which a film is released in a large number of theaters at once;
15. POV shot: a shot that is taken from the point of view of a character in the film;
16. Tracking shot: a shot in which the camera moves alongside the subject being filmed;
17. Reframing: a technique in which a shot or frame is adjusted to show a different perspective on the subject being filmed;

18. Location scouting: the process of finding appropriate locations to film a scene or movie;
19. Guillotine cut: a film editing technique in which a shot is abruptly cut off;
20. Director's cut: A version of a film that reflects the director's original vision, often with additional or deleted scenes;
21. Bookstagrammer: a person who posts pictures of books on Instagram for promotional and entertainment purposes;
22. Booktuber: a person who creates video content on YouTube dedicated to books, book reviews, and literary discussions;
23. Kindlepreneur: a person who makes a living through self-publishing e-books on Kindle;
24. Audiobookstagram: a hashtag used by bookstagrammers who share pictures of audiobooks they are currently listening to;
25. Shelfie: A photo of one's bookshelf, often shared on social media.
26. Bookcrossing: a practice of leaving books in public places for others to find and read;
27. Digital surgery: post production techniques are used to make actors appear taller and slimmer, and less wrinkled
28. Straight-to-disc: a film that is not considered to be worthy of a cinema distribution;
29. Kill Billed: Quentin Tarantino's Kill Bill was released in two parts owing to the four-hour duration of the entire film - such duration is considered disastrous in financial terms. Thus, the meaning of the verb here is to release in two parts in order not to take a financial risk caused by the long duration of the film;
30. Blu-ray: a type of high-definition optical disc for digital storage of movies and other media;

31. LitTech: encompasses the use of technology in the creation, distribution, and consumption of literature. It includes various digital tools, platforms, and applications that enhance the literary experience, such as e-books, digital publishing platforms, online literary communities, interactive storytelling, digital libraries, literary apps, and more;

32. PiP (picture in picture): a feature in video and television technology that allows a smaller video or image to be displayed within a larger one. It enables viewers to simultaneously watch two or more videos or images on the same screen.

В. Неологизмы, отражающие жанры и тренды

1. Franchise: a series of films that share the same universe, characters, or themes;

2. Mockumentary: a fictional film or TV show that uses a documentary-style format, often to satirize a particular topic or genre;

3. Midquel: a film that takes place between two other previously released films;

4. Prequel: a film that takes place before the events of a previously released film;

5. Reboot: a new version of a previously established film franchise or character, usually with a new cast and creative team;

6. Remake: a new version of a previously established film using the same script or story;

7. Short film: a film that is typically under 40 minutes in length;

8. Independent film: a film that is produced outside of the Hollywood studio system;

9. Blockbuster: a film that generates significant revenue and critical acclaim;

10. Cinema verite: a style of filmmaking that emphasizes documentary-style realism and natural performances;

11. Oscar bait: a term for a film that is specially designed to win critical acclaim and Academy Awards;
12. Slow-burn: a film or a book that is deliberately paced and builds tension slowly over time;
13. Sleeper hit: a film that unexpectedly becomes a hit at the box office after a slow start;
14. Binge-watch: the practice of watching multiple episodes or seasons of a TV show in succession;
15. Film noir: a genre of film characterized by its use of low-key lighting and a bleak, cynical worldview;
16. Found footage: a genre of film that purports to be real, often using handheld camera footage;
17. Jump scare: a sudden, loud noise or image intended to startle the viewer;
18. Slash film: a genre of horror film in which the killer uses a knife or other sharp object;
19. Spoiler: Revealing a major plot twist or ending of a film before someone has seen it;
20. Litfic: a slang term for literary fiction, a genre that often deals with character development and social commentary;
21. Cozy mystery: a sub-genre of mystery fiction characterized by small-town settings, amateur detectives, and often including elements of romance and humor;
22. Cli-fi: a term used to describe literature that deals with climate change and environmental issues;
23. Transrealism: a genre that blends science fiction with an author's personal experiences to create a more immersive and realistic world;

24. Slipstream fiction: a genre that blends elements of science fiction, fantasy, horror, and literary fiction to create a surreal and dreamlike reading experience;
25. Up-lit: a new genre of fiction that focuses on books with an uplifting and life-affirming tone;
26. Completism: the desire to collect every work of a particular author or a series of books;
27. Tsundoku: a Japanese term for buying and hoarding books but never actually reading them;
28. Bookception: a book within a book or a story within a story;
29. Mythopoeia: a term coined by J.R.R. Tolkien for the creation of fictional myths and legends within a fictional world;
30. Policier: a term for mystery fiction that emphasizes the methods and procedures of police detection;
31. Biomythography: a genre that blends biography, mythology, and personal narrative to create a unique literary form that is both factual and imaginative;
32. Multiverse: a concept in science fiction that refers to the existence of multiple parallel universes;
33. Epistolary novel: a novel written in the form of letters exchanged between characters;
34. Frame story: a story within a story, where a secondary narrative often serves as a framing device;
35. Time loop: a plot device in which a character experiences the same events over and over, usually resulting in a realization or resolution;
36. Instapoetry: a genre of poetry that is short and easily digestible, written specifically for social media platforms like Instagram;
37. Spine poetry: a form of found poetry that is created by stacking book spines in a particular order to create a poem;

38. Book hangout: a community of people who gather in-person or online to discuss and share their love for books;
39. Book fair: a large exhibition of books and book-related products, often featuring author signings and readings;
40. Book tour: a promotional tour by an author to bookstores and other venues in order to promote their latest work;
41. Book signing: an event where an author signs copies of their book for readers;
42. Dramedy: dramatic comedy;
43. Romcom: romantic comedy;
44. Warmedy: a comedy with a family-oriented content;
45. Celebreality: relating to reality TV shows that feature celebrities rather than ordinary people;
46. Reality soap: a TV show which features a cast who are not professional actors, but who are shown in stage-managed situations;
47. Structured reality: reality TV in which the location and scenario is contrived by the producer but the interaction between the participants is unscripted;
48. Lit flick: a film adapted from a novel of some literary merit;
49. Chick lit: a genre of novels designed to appeal to women, usually written by women and with female protagonists;
50. Lad lit: a genre of novels designed to appeal to men, usually written by men and with male protagonists;
51. Gran-lit: literature that appeals to older women;
52. Lab lit: literature that includes some detailed scientific information as part of the story;
53. Chick noir: a style of literature written for women which has a crime or other serious and compelling theme;

54. Nordic noir: crime fiction or TV programmes that come from Scandinavian countries, with dark stories and realistic social settings;

55. Guy-cries: are such films that make men cry;

56. Chick flick: is a movie designed specifically for women;

57. tearjerkers, weepies, soapers, mellers: films that directly appeal to the emotions of spectators;

58. Buddy film: a subgenre of the film (comedies, westerns, dramas, action films, road movies, etc.) in which two dissimilar characters (usually males) are forced to work together;

59. Female buddy film: similar to the “buddy film” genre, except that the main characters are women, and the plot is centered around them;

60. Mumblecore: a genre of independent film characterized by low-budget production, naturalistic performances, and improvised dialogue;

61. Brontesque: a term used to describe writing that has a gothic, moody, romantic, or emotional quality similar to that found in the work of the Bronte sisters;

62. Metafiction: a literary technique that uses self-awareness to draw attention to the artifice of storytelling, often breaking down the boundaries between narrative voice and authorial voice;

63. Biopunk: a subgenre of science fiction that explores the implications of biotechnology and genetic engineering on society;

64. Prestige drama: a term used to describe a particular type of TV drama that is artistically ambitious and deals with serious themes, often featuring high-quality acting and production values;

65. Cinememoir: an autobiographical genre in cinema that is based on real events and the author's memories.

C. Неологизмы, связанные с социокультурными тенденциями

1. Digital surgery: post production techniques are used to make actors appear taller and slimmer, and less wrinkled;

2. Binge-Reading: that is reading many chapters or a whole book in a row, without interruptions, because they are too involved in reading;
3. To binge-watch: to watch many episodes of a TV series in one sitting;
4. Cinemagoer: a person who goes to the cinema to watch movies;
5. Cinemaniac: a person who is obsessed with watching movies;
6. Cinemactivism: the use of cinema as a means of activism and propaganda for sociocultural change and protest;
7. LitTech: the use of modern technologies in the creation, distribution, and consumption of literature, such as e-books, audiobooks, interactive and multimedia formats;
8. Cinemafication: the process of adapting literary works into cinematic formats, including movies, TV series, web series, etc.;
9. Diverse lit: the use of the term to describe literature that represents diversity in cultures, races, genders, sexual orientations, and other sociocultural aspects;
10. Cinemafeminism: a feminist approach to the creation, analysis, and critique of cinema, with a focus on the roles and representation of women in film;
11. Litfluencer: a popular personality on social media who influences the popularity and sales of literary works through their recommendations and reviews;
12. Intersectional literature: literature that takes into account the interaction of various forms of discrimination, such as racism, sexism, homophobia, transphobia, and others, reflecting the complexities and multifaceted nature of sociocultural changes;
13. Cinematic universe: the concept of creating multiple films and TV series connected by a shared world and characters, which has become widely popular;

14. Ecocinematography: the use of cinematic techniques and methods to convey environmental themes and issues, such as climate change, nature conservation, and sustainable development;
15. Litflix: a term that combines literary works adapted into TV series or movies available on popular streaming platforms;
16. Cinemaholic: a film enthusiast who is passionate about cinema and everything related to it;
17. #OwnVoices: a literary movement supporting works created by authors who belong to the same marginalized group as the themes they write about, such as authors with specific ethnic, cultural, or gender experiences;
18. Cinemascape: an educational or cultural space dedicated to cinema, including cinemas, film museums, film festivals, and other cinema-related places;
19. Litwear: fashionable clothing items and accessories inspired by literary works or authors, such as t-shirts with book quotes, scarves with motifs from novels, etc.;
20. Cinemactivist: an activist who uses film and cinematic means to convey socially relevant issues and promote sociocultural changes;
21. Literary remix: the process of reimagining and reinterpreting classic literary works in light of contemporary sociocultural changes and trends;
22. Cinemability: the ability of cinema to influence worldviews and awareness of sociocultural issues, as well as the viewers' ability to perceive and analyze cinematic works;
23. Bookstagrammer: a person who posts pictures of books on Instagram for promotional and entertainment purposes;
24. Booktuber: a person who creates video content on YouTube dedicated to books, book reviews, and literary discussions;
25. Kindlepreneur: a person who makes a living through self-publishing e-books on Kindle;

26. Audiobookstagram: a hashtag used by bookstagrammers who share pictures of audiobooks they are currently listening to;
27. Completism: the desire to collect every work of a particular author or a series of books;
28. Bookhangover: a state of emotional exhaustion that occurs after finishing a book where one struggles to move on mentally;
29. Tsundoku: a Japanese term for buying and hoarding books but never actually reading them;
30. Shelfie: a photo of one's bookshelf, often shared on social media;
31. Bibliomane: a person who is obsessed with collecting books;
32. Bookface: a visual art form created by cleverly placing a book cover in front of one's face and taking a selfie;
33. Instapoetry: a genre of poetry that is short and easily digestible, written specifically for social media platforms like Instagram;
34. Book hoarder: a person who habitually collects and stores large amounts of books;
35. Book hangout: a community of people who gather in-person or online to discuss and share their love for books;
36. Book fair: a large exhibition of books and book-related products, often featuring author signings and readings;
37. Book tour: a promotional tour by an author to bookstores and other venues in order to promote their latest work;
38. Book signing: an event where an author signs copies of their book for readers;
39. Trailer reaction: a video or article in which a person reacts to a film trailer;
40. Augmented reality: an interactive experience that uses computer-generated sensory input, often used in marketing and promotion of films;

41. Platform release: a distribution strategy in which a film is released in a limited number of theaters before gradually expanding to additional theaters;
42. Cinephile: a person who is passionate about movies and cinema;
43. Duds: a slang term for a movie that is poorly received by critics and audiences;
44. Flick: a slang term for a movie;
45. Binge-watch: the practice of watching multiple episodes or seasons of a TV show in succession;
46. Spoiler: revealing a major plot twist or ending of a film before someone has seen it;
47. Reprezenta-lit: this term reflects the increase of books and works representing various sociocultural groups, including minorities, the LGBTQ+ community, people with disabilities, and other previously underrepresented groups in literature and cinema;
48. Culturo-drama: this term describes works that actively address sociocultural issues such as racial equality, feminism, migration, violence, and other complex social issues;
49. Generation-Z film: this term reflects movies created and targeted towards Generation Z (young people born in the 1990s-2000s) and reflecting their characteristics, values, worldview, and technological preferences;
50. Eco-lit: this term describes literature focusing on environmental issues such as climate change, environmental conservation, sustainable development, and ecological activism;
51. Gender-fluid literature: this term describes works that blur traditional gender boundaries and reflect changing conceptions of gender identity and expression in contemporary society;

52. Body-positive book/film: this term describes works that promote acceptance and a positive attitude towards diverse body types and appearances, combat body shaming, and advance the body-positive movement;

53. Diverse representation: this term reflects the inclusion of various representatives from different races, ethnic groups, cultures, religions, genders, and sexual orientations;

54. FOMO (Fear of Missing Out): an acronym describing the fear of missing out on something interesting or important, especially in the context of social activities, events, or experiences;

55. Cineaste: refers to a person who is passionate about and knowledgeable in the field of cinema or filmmaking.

D. Неологизмы, имеющие гендерную характеристику

1. Chick lit: a genre of novels designed to appeal to women, usually written by women and with female protagonists;

2. Lad lit: a genre of novels designed to appeal to men, usually written by men and with male protagonists;

3. Gran-lit: literature that appeals to older women;

4. Chick noir: a style of literature written for women which has a crime or other serious and compelling theme;

5. Guy-cries: are such films that make men cry;

6. Chick flick: is a movie designed specifically for women;

7. Buddy film: a subgenre of the film (comedies, westerns, dramas, action films, road movies, etc.) in which two dissimilar characters (usually males) are forced to work together;

8. Female buddy film: similar to the "buddy film" genre, except that the main characters are women, and the plot is centered around them;

9. Shero: a hero, especially one who supports women's issues;

10. Mary Sue: a female character invented by the author who is so perfect that it's annoying;

11. Marty Stu (or Gary Stu): a seemingly perfect male character with no flaws, or who always overpowers other characters;
12. Drag: an artist dressed in clothing of the opposite sex caricatures gender stereotypes through the use of colorful costumes and exaggerated mannerisms;
13. Gender-bending role: this is dressing up in which a man or woman plays a character of the opposite sex;
14. Gender twist: a situation where one or another role that a man or woman traditionally plays is played by a representative of the opposite sex;
15. Cross-cast: to cast women in men's roles and vice versa;
16. Fempire: this term refers to the collective power and influence of women in the entertainment industry, specifically in film and television;
17. Herstory: a combination of "history" and "her," this term is used to highlight and celebrate the overlooked contributions of women in history, including in literature and cinema;
18. Manel: a panel consisting solely of men, often seen in literary and film festivals or conferences;
19. Womxn: a term used to be inclusive of all women, including transgender and non-binary individuals. It is often used in literature and film to promote diversity and inclusivity;
20. Feminist Killjoy: this term is used to describe someone who critiques and challenges traditional gender roles and stereotypes in literature and cinema, with a focus on empowering women;
21. Transmediale: this term describes stories that are told across different forms of media, including literature, film, and video games, with a focus on promoting diverse perspectives and identities;
22. Bechdel Test: a measure of gender representation in film and literature that asks whether a work features at least two women who have a conversation about something other than a man;

23. **Stereotype Threat:** the fear of confirming negative stereotypes about one's own gender or identity, often discussed in the context of literature and film representation;

24. **Male gaze:** a term coined by feminist film critic Laura Mulvey to describe the objectification of women in cinema through the lens of male desire;

25. **Nonbinary Narratives:** stories that challenge traditional gender binaries and explore a range of gender identities and expressions, often seen in contemporary literature and cinema;

26. **Bromance:** a neologism that refers to a close, non-sexual friendship between two men. It is a blend of the words "brother" and "romance." The term gained popularity in the early 2000s and is often used to describe a strong and affectionate bond between male friends characterized by emotional intimacy, loyalty, and camaraderie.