

ӘОЖ 811.111-26
ҒТАХР 16.21.61
DOI 10.37238/1680-0761.2022.86(2).97

Мадиева Г.Б.*, Алым Г.

Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті,
Алматы, Қазақстан

*Корреспондент-авторы: gulbairam.ag@mail.ru

E-mail: gulbairam.ag@mail.ru

АҒЫЛШЫН ТІЛІНДЕГІ БАСПАСӨЗДЕГІ НЕОЛОГИЗІМДЕРДІҢ ЛИНГВОМӘДЕНИ АСПЕКТІЛЕРІ

Аңдатпа. Неологиялық белсенділіктің өсуі желілік қоғамның құрылуымен, коммуникативті тәжірибенің виртуалды кеңістікке өтуімен және ақпараттың технологиялық мүмкіндіктеріне байланысты әр қолданушы үшін жеке тасымалдаушы ретінде "Интернет" компьютерлік желісінің қалыптасуымен байланысты. Журналистік дискурста жаңадан шыққан лексиканы алудың және қолданудың басқа да себептерін атап өтуге болады. Бұл мақалада неологизмдердің лингвистикалық және мәдени аспектілері қарастырылды, өйткені оларды зерттеу лексикологияның ең өзекті саласы болып табылады. Ағылшын баспасөзінде үнемі жаңа сөздер пайда болады, бұл динамикаға әсер етеді және тілдік материалдың өзін, сонымен қатар жалпы тілдік жүйені жетілдіруге ықпал етеді.

Кілт сөздер: неологизмдерді талдау; синтездеу; сленг терминіне анықтама; индукция әдісі; дедукция әдісі.

Kіpіcne

Тілге жаңа сөздерді қосу процесі ешқашан тоқтамайды. Олардың кейбіреулері сөзжасам арқылы жасалады. Сондықтан, сөзжасам басқа тілдік жүйелерден айырмашылығы, бізді қоршаған шындықтағы барлық өзгерістерді тікелей көрсетеді.

Тілде жаңа сөздердің пайда болуы екі жолмен жүреді. Бірінші әдістің мәні-сөздерді басқа тілден қабылдау, екінші әдіс олардың тілде өнімді тәсілдермен қалыптасуын қамтиды.

Лингвистер неологизмдерге қатысты бірнеше терминдерді қолданады: бұл *оказионализм*, *ықтимал сөз* және *неологизм*:

1) *ықтимал сөз*-бұл іс жүзінде жоқ, бірақ жеке адамның сөйлеуінде қайта құрылуы мүмкін және қолданыстағы тілдік жүйені дамыту және толықтыру мүмкіндігін көрсететін сөз;

2) *оказионализм*-бұл жеке адамның сөйлеуінде бар сөзжасамдық модельдермен (туынды да, жоқ та) жасалған немесе қарыз алынған, форманың абсолютті жаңалығы, бір реттік қасиеті бар, бірақ қос сипаттағы жаңа сөз;

3) *неологизм* - бұл жеке адамнан алынған, сөздікпен бекітілген, жаңадан алынған немесе жаңадан құрылған сөз.

Неологизм-бұл тілдегі кез-келген жаңалық. Неологизм-бұл сөз, бірақ олар семантикалық неологизмдерді, айтылымдағы неологизмдерді және т.б. ажыратады. Ю.Н.Антофеева, неологизм-кездейсоқ потенциалды сөздің семантикалық-экспрессивті мүмкіндіктерін жүзеге асырудың бір түрі, соның арқасында жаңа форма тілде бекітілген [1].

Қазіргі ағылшын тілі жүйесі тарихи дамудың жаңа кезеңінде тұр, оны осы тілді тереңдететін медиатизация деп сипаттауға болады. Неологиялық белсенділіктің өсуі желілік қоғамның құрылуымен, коммуникативті тәжірибенің виртуалды кеңістікке өтуімен және



ақпараттың технологиялық мүмкіндіктеріне байланысты әр қолданушы үшін жеке тасымалдаушы ретінде "Интернет" компьютерлік желісінің қалыптасуымен байланысты.

Жаңа технологиялардың, бұқаралық ақпарат құралдарының, қоғамның әлеуметтік-мәдени, экономикалық және саяси өмірінің қарқынды дамуы жаңа шындықтардың және сәйкесінше оларды білдіретін жаңа сөздердің пайда болуына әкеледі. Қазіргі БАҚ - та көптеген жаңа сөздер пайда болады. Баспасөз Жаңа лингвистикалық құбылыстарға тез жауап береді және филологтарды қызықтырады және мұқият зерттеуді қажет ететін тілдің бай лингвистикалық бейнесін салады.

Неологизмдерді зерттеу ешқашан өзектілігін жоғалтпайды, өйткені неологизмдер әлемнің бейнесін нығайтады, белгілі бір уақыт кезеңімен байланыс орнатуға, қоғамның басымдықтарын анықтауға мүмкіндік береді. Әлемдік ғалымдардың неологизмдерді белсенді зерттеуіне қарамастан, неология лексикологияның ең қозғалмалы бағыттарының бірі ретінде мұқият болуды қажет етеді.

Бұл жұмыстағы зерттеу нысаны ағылшын тілді БАҚ саласындағы неологизмдер болды. Зерттеу тақырыбы-ағылшын тіліндегі медиа саласындағы неологизмдер.

Жұмыстың мақсаты-ағылшын тілді БАҚ саласында неологизмдерді қалыптастырудың аспектілерін анықтау.

Зерттеу материалдары мен әдістері

Зерттеу материалдары британдық және американдық интернет-басылымдардағы неологизмдерді талдау және синтездеу, индукция және дедукция әдісімен талдалды. Негізгі зерттеу әдісі неология және неография саласындағы зерттеулер [2-4]. Зерттеу материалы неологизмдердің қалыптасу әдісіне және оның өнімділігіне сәйкес талданады. Зерттеу материалы ағылшын тіліндегі интернет-жаңалықтар порталдары болды: BBC, CNN, NY Times, Insider, сонымен қатар ойын-сауық сайттары: Vogue, Vanity Fair.

Ғылыми әдебиеттерге шолу

Лингвистикалық неологизмдердің пайда болуының негізгі себебі – барлық жаңаны атаудағы коммуникативті әлеуметтік қажеттілікті қанағаттандыру принципі. «Сыртқы жағдайларды тілде жаңа сөздердің пайда болуына серпін деп есептейтін болсақ, олардың рөлі орасан зор» [5].

Неологизмдерді коммуникативті-прагматикалық аспектіде зерттеу тілдік жүйедегі жаңа лексикалық бірліктердің пайда болу, жасалу жолдарын жан-жақты талдауды көздейтіні сөзсіз. Неологизмдер қазіргі ағылшын тілінің ерекше бағыты – сленгтің даму динамикасымен тікелей байланысты.

Қазіргі тіл білімінде сленг терминіне анықтама беруде консенсус жоқ, бірақ лингвист ғалымдардың көпшілігі сленгті белгілі бір әлеуметтік топтардың біртұтас бағыттылығын көрсететін ауызекі сөздіктің ерекше қабаты болып табылатын жаргонның ерекше қабаты ретінде қарастырады [8, 2-4]. Кеңінен қолданысқа енген сленгтік элементтер не қолданыстан тез жойылып, не әдеби тіл нормасының стандартына еніп, өзінің эмоционалды-бағалаушы сипатын сақтайды, нәзік семантикалық және стилистикалық айырмашылықтарды білдіретін [6].

Жалпы және кәсіби жаргонды ажыратқан Вилломанның көзқарасы бойынша [7], егер «жалпы сленг белгілі бір эмоционалды және экспрессивті коннотациямен белгіленетін тіл дамуының әлеуметтік және сөйлеу микрожүйесінің белгілі бір кезеңінде салыстырмалы түрде тұрақты болып көрінсе. лексика», онда арнайы сленг кәсіби, сонымен қатар корпоративтік жаргондарды білдіреді [8].

Журналистік дискурста жаңадан шыққан лексиканы алудың және қолданудың басқа да себептерін атап өтуге болады, мысалы, сән, ана тілінде сөйлейтіндердің белгілі бір топтарына еліктеу және т.б. Этикалық және эстетикалық кемсітушіліктің дәрежесі мағынасына тән ерекшеліктің күшеюіне ықпал етеді деген сөз. Дәрекілік пен әдепсіздіктің екпін артқан сайын сөзбен білдірілетін ерекшеліктің дәрежесі артады. Бұл сөздік эмоционалды разрядқа ықпал ете алады [9].



Цензурасыз тілдің абсурдтылығы мен сюрреализмі туралы көзқарас бар, ол ескірген, реттелген және стереотиптік барлық нәрсеге қарсы шығуды білдіреді. Бұл сөздіктің натурализмі оның ұятсыздығында, жалаңаштығында, физиологияға және барлық негіздерге деген шектен тыс қызығушылықта жатыр. Оның азғындығы ашық, арандатушылық, арандатушылық. Ол ешқандай сезімді білмейді және тым алысқа барады. «Сюрреалистік» тыйым салынған лексика өзінің нақтылығында кейде ығысқан, бұрмаланған, күлкілі болып көрінеді. Бұл лексиканың бейнелеу құралдарының таңғаларлық ерекше және біртүрлі қиылысатын бөлшектері ұрысушылардың шексіз қиялын болжайды, негізінен өте қарапайым, бірақ соған қарамастан бар [10].

Сонымен бірге адресат тарапынан күшті эмоционалды өрнекпен қуатталмаған кейбір тыйым бірліктерді әзіл ретінде қабылдауға болады. Сленгте жүріп жатқан процестерді зерттеген Дж.Галлино жастардың дәрежі, әрқашан орынды емес, иронияны білдіре отырып, балағат сөздерді ұнатқаны үшін ғана «өнерге деген сүйіспеншілік үшін» инвективті лексиканы жиі қолданады деп сенімді түрде айтады [11].

Ағылшын тілін үйренуде соңғы онжылдықта компьютерлер немесе ұялы телефондар немесе планшеттер сияқты мобильді құрылғылар арқылы тіл үйренуде әлеуметтік медиа платформаларын пайдалануға қатты көңіл бөлінді [9, 10]. Дегенмен, әлеуметтік медиа түсінігі соңғы бірнеше онжылдықта ғана пайда болғандықтан, тарихи тұрғыдан алғанда, олар салыстырмалы түрде жаңа коммуникация түрі ретінде қарастырылуы мүмкін.

Әлеуметтік желілерде ағылшын тілі басым бағдарламалау тіліне айналды; дегенмен, әлеуметтік желіні қолданушылардың 80%-ы ағылшын тілін бірінші немесе негізгі тілі ретінде білмейді. Ағылшын тілі Интернеттегі негізгі тіл екенін ескере отырып, ағылшын тілін қолданудағы вариативтілік артып келеді, ал ағылшын тілі бұдан былай ана тілінде сөйлейтіндердің айрықша құқығы болып табылмайды.

Бұрын қолданылған модельдер негізінде мүлдем жаңа сөздер жасалады. Мысалы, "webisode" - интернет арқылы таратылатын сериядан үзінді, "trackback"-сайт иесіне қандай да бір пайдаланушының қосылғаны туралы хабарлама, "chatterboxing" - телевизиялық бағдарламаларды талқылау үшін әлеуметтік желілерді пайдалану. Сөздердің бір бөлігі күнделікті лексикаға біртіндеп еніп, оған еніп, бір бөлігі біртіндеп жаңа сөздерге орын беріп, артта қалады [11]. Бұдан шығатын болсақ, Желілік қарым-қатынас тілі жаңа лексикаға толы. Оған барлық шығармашылық лингвистикалық әлеует пен түрлі тілдік құралдар тартылған. Осылайша 2013 жылы кездейсоқ пайда болған "селфи" сөзі пайда болды. Ол бірқатар күлкілі сөздердің ұрпағы болды:

Helfie (hair selfie - өзіңіздің шашыңыздың немесе шаштың суреті. Felfie (жалған селфи) - жалған селфи, мысалы, жұмақ аралдарының теледидарлық бейнесінің фонында (әлеуметтік желілерде мақтану үшін), сондай-ақ фермадағы селфи-фермердің ауылшаруашылық жерлерінің алдындағы автопортреті (қазір кезде бұл сәнді). Dselfie (мас селфи) - мас күйінде селфи. Legsie-бұл көбінесе көркем пейзаждың фонында өз аяқтарыңыздың бейнесі. Shelfie (bookshelfie) - кітап сөресінің қызығушылықтың кеңдігі мен білім тереңдігін көрсететін бейнесі. Welfie (жаттығу селфи) - жаттығу залы алдындағы сәнді спорттық костюмдегі өзіңіздің дене бітіміңізді суретке түсіру.

Сасекс герцогиясы мен герцогы Меган Маркл мен ханзада Гарри әлемге Корольдік міндеттер мен артықшылықтардан бас тартқан кезде "Мегзит" ("Брекзитке" ұқсас) сөзін берді. Бірақ бәрі мұнымен аяқталған жоқ. Енді Меган Маркл есімі етістік ретінде ұсынылды: «to Meghan Markle» - «Меган Маркл сияқты жасау». Бұл идея Twitter қолданушысы Райан Картерден келді. Оның ұсынысын "The New York Post" және "The Guardian" сияқты ірі бұқаралық ақпарат құралдары қабылдады. "Меган Маркл сияқты жасау" сізді бағаламайтын адамдарды артта қалдырып, әрі қарай жүруді білдіреді. Мысалы, жұмыс туралы: "мен меганмарклдау туралы ойлаймын: мен екі жылдан бері жоғарылаған жоқпын. "олар менің жалақымды екі жылдан бері көтермеді (Paula Froelich, 2020). Мұндай мысалдар өте көп.



Пандемия дәуірінде кейбір неологизмдер изоляция (қатаң карантин, шекараны жабу және қозғала алмау) және әлеуметтік қашықтық. Соңғы термин, Л. А. Беляеваның айтуы бойынша, "метафоралық құрылыс... ол жерге түсіп емес,... геометриялық кеңістікке" [12], бірақ әлеуметтік тәртіптің тұрақсыздығы мен стратификациясы болып табылатын әртүрлі әлеуметтік, таптық немесе нәсілдік топтар арасындағы қарама-қайшылықты сипаттайды. Бұл жағдайда бұл тұжырымдаманың мәні өзгерді: енді біз қоғамның таптық стратификациясындағы айырмашылық туралы емес, вирустың таралуын болдырмауға бағытталған шаралардың бірі болып табылатын бөтен адамдардан бір жарым метр физикалық қашықтық туралы айтып отырмыз. Әлеуметтік қашықтық пен камуфляжға деген қажеттілік сақталады.

Тағы бір ұқсас және өте кең таралған неологизм-бұл өзін-өзі оқшаулау. Бастапқыда бұл термин "самоизоляция" дегенді білдіреді, яғни бұл оқшаулау ерікті болып табылады. Алайда, қазіргі жағдайда самоизоляция термині карантинге тең және міндетті болып табылады.

Көптеген адамдар жұмысынан айрылуға және нәтижесінде табыс жоғалтуға тап болды, бұл тәждік корона-қарыз сияқты ұғымның пайда болуына әкелді. Қоғамда алаңдаушылықтың жоғары деңгейі бар және барлығы коронагеддонды немесе коронапокалипсті күтеді. Өзін-өзі оқшаулау режимін сақтамайтын және бетперде кимеген адамдар карантин-шэйминг (shaming). Бұл адамдар қоғамда маска үшін еркектік немесе ұялшақтық бар деп санайды; олар маска кию Covid19 таралуын болдырмауға көмектеседі деп сенбейді.

Мұндай медиа неологизмнің тағы бір мысалы-covidivors немесе covid ажырасуы: коронавирус бүкіл әлемге тарағаннан кейін, көптеген адамдар оқшаулану режиміне өтіп, отбасыларымен және серіктестерімен ұзақ уақыт үйде болуға мәжбүр болды, бұл көптеген қатынастар мен некелердің бұзылуына әкелді.

Қазіргі ақпараттық кеңістікті сипаттайтын тағы бір жаңа бейресми термин-бұл инфодемия немесе дезинфодемия, немесе эпидемия кезіндегі ақпарат пен жалған ақпарат. Бұл неологизм әр түрлі арналар мен көздерден алынған ақпараттың көп болуына байланысты "шатасу" пайда болатын жағдайды сипаттайды-ненің шындық, ненің бұрыс екенін түсіну өте қиын болады.

Интернетте көптеген жалған "коронавирус фактілері" пайда болады - коронафейк, яғни.адамдар арасында дүрбелең тудыратын инфекция туралы әдейі жалған ақпарат, дәлірек айтқанда коронапаникалық. Коронафобия немесе ковидофобия, коронойя, коронафрения және коронапсихоз сияқты сөздер бірден пайда болады, олар қазіргі жағдайға адамдардың сезімдері мен реакцияларын сипаттайды - коронакризис. Осы коронарлық дағдарыс жағдайында диван вирусологтары айналысатын ковидономика, коронамаркетинг және тіпті вирустық құқықтану (коронавирус кезіндегі заңға берілген атау) пайда болады (интернетте осы вирустың қалай дамып жатқанын оқып, жалған ғылыми мәтіндер жаза бастаған адамдар). бұл туралы).

Коронавирустың пайда болуымен бүкіл әлемде адамдар кездестірген өмірдің жаңа шындықтары дистант, қашықтықтан жұмыс істеу (дистанционно / қашықтан жұмыс немесе онлайн оқыту) сияқты карантиндегі оқшаулану жағдайында қарым-қатынас пен жұмыстың барлық мүмкін жолдарын сипаттайтын сөздіктен тұрады. Бұл сөздер коронавируста дейін пайда болды, бірақ пандемия кезінде белсенді қолданылды, өйткені адамдардың көпшілігі қашықтан жұмыс істеуге көшуге мәжбүр болды.

Көптеген адамдардың күнделікті өмірінің бір бөлігі жаңалықтарды оқу болды, олардың көпшілігі теріс, сондықтан думскроллинг - әлеуметтік медиа арналарын айналдыру және жаман жаңалықтарды оқу сияқты нәрселердің пайда болуы.

Сондай-ақ, бұл қашықтықтан жұмыс істеу, оқу және байланыс үшін қолданылатын ең көп таралған Zoom бейне қоңырау қосымшасына қатысты барлық сөздер бар: zoom party



(онлайн кеш немесе топтық бейне қоңырау), зоотинар (zoom қосымшасындағы семинар), zoomдау (zoom-да сөйлесу), думскроллинг (осы бағдарламада тым көп уақыт өткізіңіз).

Zoom қосымшасымен байланысты тағы бір неологизм-zoomer. Бастапқыда бұл мүлдем басқа идеяға қатысты болып көрінді. Страус пен Хоувтың "ұрпақтар теориясына "сәйкес," Z ұрпағы " деп аталады - 2000 жылдары туылған, қазіргі заманғы технологияларды қолдана отырып бала кезінен өскен, қоршаған орта проблемаларына алаңдайтын және солшыл көзқарастарды ұстанатын адамдар [13-16]. Енді бұл сөздің мағынасы басқа контексте де қолданылады-қазір олар Zoom қосымшасын жиі қолданатын адам деп аталады. Сонымен қатар, жаңа неологизмдер осыған байланысты, мысалы, зомбомбомбинг - Бұл онлайн-семинар өтіп жатқан кезде және оның қатысушыларының бірі кенеттен жұмыс процесін бұзатын біртүрлі және қиын нәрсе жасайды. Сондай-ақ, қажет болған жағдайда zoom қосымшасы арқылы полиция қызметкерлерімен байланысуға болады және қазір ол позалау деп аталады. Қазір барлық мүмкін іс-шаралар zoom-да, тіпті ZOOM жерлеу рәсімі мен ZOOM үйлену тойларында да өткізілуі мүмкін, олардың мүмкіндігі қазір Нью-Йоркте ресми түрде пайда болды.

Пандемияның басында көптеген адамдар ұзақ уақыт оқшауланған жағдайда немесе барлық өнімдер сатылып кеткен жағдайда азық-түлік сатып ала бастады. Осылайша "Ковидиот" пайда болды-адамдар дәретхана қағазын және жалпы тамақ өнімдерін көп мөлшерде сатып алады. Сонымен қатар, көптеген адамдар белсенділікке, қала ішінде белсенді жүріп, спортзалға бара алмауына байланысты салмақ ала бастады, бұл орыс тіліне май-оқшаулау сөзін әкелді.

Сондай-ақ, тиісті түбірі бар сөздердің барлық түрлері, олардың ішінде согопаоке, үй карантиніндегі караоке; карантинкалар, коронавирус суреттері немесе карантин туралы екі жолдан тұратын қысқа өлеңдер; quarantin, карантин тобы; covideo, үйде карантинде түсірілген бейне; және карантиnder, Tinder қосымшасында өзін-өзі оқшаулау арқылы танысу. Zoom кештері карантинде өткізіледі-алдымен мартини негізіндегі карантиндік сусын, содан кейін кез-келген алкогольдік сусын. Мен бұл әрекетті орындау үшін, сіз тапсырыс бесконтактную жеткізуді тамақтан үй. Бұрын "байланыссыз" және "жеткізу" сөздері мағынасы бар сөз тіркесін құрмаған, бірақ қазір бұл өрнек қазіргі "шығуды" сипаттау үшін қолданылады: барлық адамдар карантинде және өзін-өзі оқшаулауда болғандықтан, тамақ жеткізу "байланыссыз" түрде жүзеге асырылды. Процедура келесідей болды: клиент онлайн режимінде төледі, содан кейін курьер оны мекен-жайға жеткізді және клиент оны алып кетуін күтпестен кетті.

2020 жылдың наурыз айында, инфекция бүкіл елге тарала бастаған кезде, интернетте коронавирус, жалпы суық сияқты, лимон мен имбирді жеткілікті мөлшерде жеу арқылы емделуге болатындығы туралы хабарламалар пайда болды. Адамдар бұл өнімдерді көп мөлшерде сатып ала бастады, нәтижесінде екі өнім де бірнеше есе қымбаттады, Ведомости басылымының хабарлауынша, лимон мен имбирдің бағасы сәйкесінше алты және бес есе өсті. Бұл лимон бағамы мен зімбір бағамы ретінде белгілі болды, мүмкін оларды қымбат валютамен салыстырды. "Лимон/имбирдің айырбас бағамы" саркастикалық құрылысы пайда болды, бұл осы өнімдердің бағасының жабайы өсуін көрсетеді.

Тағы бір жаңа тұжырымдама көптеген мемлекеттердің шекараларын жауып тастаған сәтте шетелде саяхаттаған немесе жұмыс істегендіктен пайда болды, сондықтан олар өз елінен тыс жерде қалып, біраз уақытқа орала алмады. Оларды отанына қайтару үшін эвакуациялық рейстер ұйымдастырылды, ал адамдардың өздері кептеліп қалды деп аталды.

Адамдар жағдайды балкондарынан және әсіресе карантинді бұзушылардан бақылап отырды (әсіресе бұл жағдай Испанияда байқалды, онда өзін-өзі оқшаулау режимі және өте көп ауру адамдар болған) және балкон гестапо немесе балконази деп аталатын карантинді бұзғаны үшін оларға ескертулер жасалды және тиісті шаралар қолдана бастады.



Қорытынды

Неологизмдер тілдің дамуында ерекше маңызды рөл атқарады, оған динамизм береді, әлемдегі әлеуметтік, саяси, мәдени өзгерістерге жауап ретінде оны жаңартады және дамытады.

Журналистік мәтіндегі неологизмдердің негізгі функциясы адресаттың назарын аудару функциясы екендігі анықталды, өйткені журналистиканың негізгі міндеті-аудиторияны ақпараттандыру ғана емес, сонымен бірге оның ақпаратқа деген белгілі бір көзқарасын қалыптастыру.

Неологизмдерді зерттеу әрдайым лексикологияның өзекті бағыты болып қала береді, өйткені жаңа сөздер тілде үнемі пайда болады, яғни тілдік материалдың өзі де, тіл жүйесі де тұтастай алғанда динамика мен жетілуге ұшырайды.

ӘДЕБИЕТ

[1] Антюфеева Ю. Н. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм: дисс. ... д. филол. н. Тула, 2004. 184 с.

[2] Пайпер, Д. Коронавирус и Христос / пер. с англ. – Самара: Церковь «Благая весть», 2020. – 96 с.

[3] Álvarez, N.G. & Harris, S.R. (2020). COVIDIOTS: Stories of idiotic acts and bizarre behaviour.

[4] Christison, M. A. & Murray, D. E. (2014). What English language teachers need to know III: Designing Curriculum. New York: Routledge.

[5] Языковая номинация: виды наименований / Отв. ред. Б. А. Серебrenников, А. А. Уфимцева. - Наука, 1977. - 356 с.

[6] Ягубоева М.А. Оценка в языковой картине мира Текст. / М.А.Ягубоева // Вопросы стилистики. 1996. - С.27-36. - Вып.26.

[7] Вилюман, В.Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке Текст. / В.Г.Вилюман // Ученые записки ЛППИ им.Герцена, материалы «Герценовских чтений». Том 111. С.137-139

[8] Хомяков, В.А. Введение в изучение слэнга - основного компонента английского просторечия [Текст] / М-во просвещения РСФСР. Вологод. гос. пед. ин-т. - Вологда : [б. и.], 1971. - 104 с

[9] Гоцци Р. New Words and a Changing American Culture. University of South Carolina Press, 1990 (In Eng.). Available at: https://www.goodreads.com/book/show/15484363-new-words-and-a-changing-american-culture?from_search=true&from_srp=true&qid=S0ZD0xqHuo&rank=1. Accessed: Feb. 04, 2021.

[10] Немецко-русский словарь разговорной лексики [Текст] / В. Д. Девкин. - 2-е изд., стереотип. - М.: РУССО, 1996. - 768 с. - ISBN 5-88721-061-3: 2280.00 р.

[11] Галлино Т.Дж. Мат из любви к искусству [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gramma.ru>, 2003. Литература клористика: Сб. науч. ст. Вып. 2. Славянск на Кубани, 2003. – 78 с.

[12] Беляева Л. А. Высшее образование России в условиях вызовов рыночной экономики и научно-технического прогресса / Л. А. Беляева, М. А. Беляева // Высшее образование в российских регионах: вызовы XXI века: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции (17 сентября 2018 г., УрФУ, Екатеринбург). - Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2018. - С. 63-67.

[13] Fewkes, A. M., & McCabe, M. (2012). Facebook: Learning tool or distraction? Journal of Digital Learning in Teacher Education

[14] Jarvis, H. & Achilleos, M. (2013). From computer assisted language learning (CALL) to mobile assisted language use. Retrieved from <http://teslej.org/wordpress/issues/volume16/ej64/ej64a2>



- [15] Крылова В.С., Будник Е.А. Образование неологизмов английского языка в социальной сети Twitter// Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2014.
- [16] Баранова А. Коронавирус. Инструкция по выживанию. 2020. Издательство: АСТ.

REFERENCES

- [1] Antjufeeva, Ju.N. (2004) Anglijskie novoobrazovanija v razvitii: potencial'noe slovo, okkazionalizm, neologism [English neoplasms in development: potential word, occasionalism, neologism] *Doctor's thesis*. Tula, 184 p. [in Russian].
- [2] Pajper, D. (2020) Koronavirus i Hristos [*Coronavirus and Christ*] (Trans). Samara: Cerkov' «Blagaja vest'» [in Russian].
- [3] Álvarez, N.G. & Harris, S.R. (2020). COVIDIOTS: Stories of idiotic acts and bizarre behaviour [in English].
- [4] Christison, M. A. & Murray, D. E. (2014). What English language teachers need to know III: Designing Curriculum. New York: Routledge [in English].
- [5] Serebrennikov B.A., Ufimceva A.A. (Eds.). (1977) Jazykovaja nominacija: vidy naimenovaniy [*Language nomination: types of names*]. Nauka [in Russian].
- [6] Jaguboeva, M.A. (1996) Ocenka v jazykovej kartine mira [Assessment in the language picture of the world] *Voprosy stilistiki- Stylistic issues*, 26, 27-36 [in Russian].
- [7] Viljuman, V.G. O sposobah obrazovanija slov slenga v sovremennom anglijskom jazyke [About the ways of formation of slang words in modern English] *Uchenye zapiski LGPI im.Gercena, materialy «Gercenovskih chtenij»*. Vol. 111, 137-139 [in Russian].
- [8] Homjakov, V.A. (1971) Vvedenie v izuchenie sljenga - osnovnogo komponenta anglijskogo prostorechija [*Introduction to the study of slang - the main component of the English vernacular*] Vologda [in Russian].
- [9] Gocci, R. (1990) New Words and a Changing American Culture. University of South Carolina Press. Retrieved from https://www.goodreads.com/book/show/15484363-new-words-and-a-changing-ameri-can-culture?from_search=true&from_srp=true&qid=S0ZD0xqHuo&rank=1. Accessed: Feb. 04, 2021. [in English].
- [10] Devkin, V.D. (1996) Nemecko-russkij slovar' razgovornoj leksiki [*German-Russian Dictionary of colloquial vocabulary*] (3d ed.). Moscow: RUSSO, - ISBN 5-88721-061-3: 2280.00 r. [in Russian].
- [11] Gallino T.Dzh. (2003) Mat iz ljubvi k iskusstvu [*Mat for the Love of Art*] Retrieved from <http://www.gramma.ru>,. Literatura kloristika: Sb. nauch. st. Vol.2. Slavjansk na Kubani [in Russian].
- [12] Beljaeva, L.A. & Beljaeva, M.A. (2018) Vysshee obrazovanie Rossii v uslovijah vyzovov rynochnoj jekonomiki i nauchno-tehnicheskogo progressa [Higher education in Russia under the challenges of the market economy and scientific and technological progress] *Proceedings from Vysshee obrazovanie v rossijskih regionah: vyzovy XXI veka: Vserossijskaia nauchno-praktičeskaja (17 sentjabrja 2018 g.). - All-Russian Scientific and Practical Conference*. Ekaterinburg: Kabinetnyj učenij [in Russian].
- [13] Fewkes, A. M., & McCabe, M. (2012). Facebook: Learning tool or distraction? *Journal of Digital Learning in Teacher Education* [in English].
- [14] Jarvis, H. & Achilles, M. (2013). From computer assisted language learning (CALL) to mobile assisted language use. Retrieved from <http://teslej.org/wordpress/issues/volume16/ej64/ej64a2> [in English].
- [15] Krylova, V.S. & Budnik, E.A. (2014) Obrazovanie neologizmov anglijskogo jazyka v social'noj seti Twitter [*Formation of neologisms of the English language in the social network Twitter*] *Prioritetnye nauchnye napravlenija: ot teorii k praktike*. [in Russian].
- [16] Baranova, A. (2020) Koronavirus. Instrukcija po vyzhivaniju [*Coronavirus. Survival Instructions*]. Izdatel'stvo: AST [in Russian].



Мадиева Г.Б., Алым Г.
ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПЕЧАТИ

Аннотация. Рост неологической активности связан с формированием сетевого общества, переходом коммуникативного опыта в виртуальное пространство и формированием компьютерной сети "Интернет" как индивидуального носителя для каждого пользователя в зависимости от технологических возможностей информации. В журналистском дискурсе можно отметить и другие причины приобретения и использования новой лексики. В данной статье были рассмотрены лингвокультурные аспекты неологизмов, потому что их изучение является наиболее актуальным направлением лексикологии. В англоязычной печати постоянно появляются новые слова, что влияет на динамику и способствует совершенству самого языкового материала, а также языковой системы в целом.

Ключевые слова: анализ; синтез неологизмов; определение термина сленг; метод индукции; метод дедукции.

Madieva Gulmira, Aлым Gulbairam
LINGUISTIC AND CULTURAL ASPECTS OF NEOLOGISMS IN THE ENGLISH-LANGUAGE PRESS

Annotation. The growth of neological activity is associated with the creation of a network society, the transition of communicative experience to virtual space and the formation of the computer network "internet" as a separate carrier for each user due to the technological capabilities of information. In journalistic discourse, we can note other reasons for acquiring and using newly acquired vocabulary. This article discusses the linguistic and cultural aspects of neologisms, as their study is the most relevant branch of lexicology. New words are constantly appearing in the English press, which affects the dynamics and contributes to the improvement of the language material itself, as well as the language system as a whole.

Keywords: analysis of neologisms; synthesis; definition of the term slang; induction method; deduction method.