

ДИНАМИКА И СТАТИКА НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ НА ПРИМЕРЕ СМИ

Абдурахманов.Ф. И. Научный руководитель :Доц.
Термезского Государственного Университета

Тошмуратов Гайрат Рустамович
магистранта 2 курса по Лингвистике (русский язык)

Аннотация:

Проанализированы и рассмотрены прагматические функции неологизмов в современных СМИ, осмыслены определенные связи между прагматикой и активными процессами номинации, описано функционирование русских неологизмов в публицистических текстах в сочетании стилистических и прагматических аспектов. Доказано, что авторы публицистических текстов используют неологизмы как коммуникативную стратегию, чтобы достичь своих коммуникативных целей. Неологизмы могут выполнять различные функции, в частности, номинативную, но в большей степени они способны выражать субъективную оценку автора. Появление нового слова тесно связано с социальной потребностью в той или иной лексической единице.

Ключевые слова: pragmatics; stylistics; neologisms; mass media.

В последнее время в языкознании преимущественный акцент делается на функционально-прагматическом аспекте новых слов и значений, на учете человеческих факторов. Лингвистическая прагматика представляет собой относительно новое направление современного языкознания. Термин «прагматика» (от греч. – дела, действие) был введен в научную сферу американским ученым Ч.У. Моррисом (англ., C.W. Marris) в 30-е гг. XX в. в работе «Основания теории знаков» (“Foundations of the Theory of Signs”) Устанавливается определенная связь между прагматикой и активными процессами номинации. Прагматика при этом понимается как наука, «изучающая язык с точки зрения использующего его человека в аспекте выбора языковых единиц, ограничений на их употребление в социальном обществе и эффекта воздействия на участников коммуникации». Между тем, любая семантическая новизна рождает прагматическую новизну, носит яркую



Proceedings of International Educators Conference

Hosted online from Rome, Italy.

Date: 25th April, 2023

ISSN: 2835-396X

Website: econferenceseries.com

прагматическую функцию. В отличие от традиционной лингвистики, прагматика «использует» язык не только как средство создания и выражения мыслей, но и как стимул мысли читающего / слушающего, как реализацию целенаправленных коммуникативных целей в зависимости от конкретных речевых ситуаций. В связи с этим анализ неологизмов в аспекте теории прагматики имеет особое значение. С прагматической точки зрения, при анализе коммуникативного акта используются те категории, которые необходимы для характеристики и оценки любого действия: субъект, цель, способ, средство, результат условия, успешность и т. п. Иными словами, проблема выбора языковой единицы и цели их использования в коммуникации акцентируются прагматикой. Для лингвопрагматики основным вопросом служит изучение коннотации, т. е. изучение дополнительной информации, скрытой под текстом. В настоящее время прагматика нового слова имеет особое значение в речи говорящего и воспринимающего. С одной стороны, активизация современной публицистики способствует развитию прагматики, поскольку большинство прагматически маркированных единиц оказываются публицистически отмеченными. С другой стороны, интересы прагматики к биологическим характеристикам коммуникантов (их личным отношениям, их психологическому состоянию) позволяют публицистике отразить успешность языковых единиц не только с точки зрения адресанта, но и с точки зрения слушателя / читателя данной речи. Речь идет о том, что прагматика рассматривает язык более динамично: коммуниканты регулируют свои способы высказывания по изменению ситуации. Употребление неологизмов в современных СМИ и прагматический анализ их функций показывает, что новые слова выполняют несколько функций. Номинативная функция – это первичная новая когниция, поскольку новые слова появляются в результате обозначения новых понятий, явлений, предметов, освоенных социумом. Неологизмы обогащают словарный состав, восполняют пробелы в лексике. Таких примеров достаточно много. Например, в русский язык постоянно вливаются новые заимствованные слова, обозначающие политические, экономические и культурные понятия, социальные реалии. Следовательно, появление неологизмов в СМИ обусловлено потребностью осознать востребованное для выражения мнение о реалиях окружающей действительности. В этом случае можно утверждать, что использование неологизмов в СМИ привязывает повествование к современности.



E- Conference Series

Open Access | Peer Reviewed | Conference Proceedings

E- CONFERENCE
SERIES

Proceedings of International Educators Conference

Hosted online from Rome, Italy.

Date: 25th April, 2023

ISSN: 2835-396X

Website: econferenceseries.com

Номинативную функцию как основную функцию выполняет большинство неологизмов, служащих для обозначения новых понятий, например, в области модернизации техники: в сфере информатики (сайт, ноутбук, флешка, файл, блог, монитор); в сфере экономики (маркетинг, бартер, менеджер); в сфере политики (брифинг, импичмент, омбудсмен, конгрессмен, парламент (сфера политики), в сфере лингвистики (категоризация, концептуализация, репрезентация, антропоцентризм). Наряду с употреблением отдельных новых слов, появились и новые устойчивые словосочетания, выполняющие номинативную функцию, например, «зайти в Интернет», «войти в Интернет», «лазить по сайтам», «залезть на сайт». Такие устойчивые сочетания слов стилистически нейтральны, их задача – назвать новую реалию. Однако нельзя сказать «ходить по сайту» или «бегать по сайту». Следует отметить, что данная функция является главной только в текстах информационных жанров, при употреблении нового слова в аналитических и художественнопублицистических жанрах, где в большей степени проявляется личность автора и его отношение к сообщаемому, номинативная функция уходит на задний план. Речь идет о том, что когда новые слова реализуют особые прагматические цели, служат стилистически маркированными, номинативная функция уступает другим функциям, являясь второстепенной. Особое значение имеет функция привлечения внимания адресата. СМИ являются определяющим каналом образования и основой общественного мнения, поэтому эффективность деятельности СМИ неразрывно связана с учетом восприятия той или иной аудитории. Для успешной реализации целей своей деятельности СМИ учитывают потребности, интересы, мотивы, установки и соответствующие им характеристики адресата. В этом случае для аудитории используются активные способы, т. е. лексический, морфологический, синтаксический, стилистический, имеющие определенные цели и являющиеся результатом коммуникативности процесса. Использование неологизмов является одним из самых действующих лексических способов для привлечения внимания адресата. Например, новые слова иноязычного происхождения становятся частотно употребляемыми, даже более удобными, чем соответствующие слова в русском языке, поскольку несут в себе колоритный контрастный оттенок, привлекающий внимание читателей. Например, словосочетание PR – public relations – пиар: пиар-деятельность, пиар-агентство, пиар – воздействие, черный. В начале



Proceedings of International Educators Conference

Hosted online from Rome, Italy.

Date: 25th April, 2023

ISSN: 2835-396X

Website: econferenceseries.com

1990-х гг. согласно газетнопублицистической стратегии поднятия читаемости, новые заимствованные слова и обороты становятся названиями газетных и телевизионных заголовков и постоянных рубрик типа Бомонд, Ноу-хау, Эпицентр, Форс-мажор, Криминал, Резонанс, Монитор, Эксклюзив, Хит-конвейер, Презентация, Хеппенинг, Пресс-клуб и др. В процессе номинации неологизмов осуществляется толерантное отношение к слову, точнее, к заимствованной лексике. Традиционно под лексическим заимствованием в русском языкознании понимается переход лексических единиц из одного языка в другой как следствие языковых контактов. Обращает на себя внимание терминологическое заимствование, к которому относится не только переход терминов из одного языка в другой, но и терминоеlementов. В этом отношении интерес представляет русская лингвистическая терминология, которая являет собой неоднородную с генетической точки зрения совокупность и систему языковедческих терминов, в состав которых входят национальные, иноязычные и созданные на базе греко-латинских корней и аффиксов единицы [4]. Будучи заимствованными, многие русские лингвистические термины некогда являли собой неологизмы, в настоящее время они вошли в состав активной лексики: залог, падеж, причастие, существительное, билингвизм, окказионализм. Относительно новыми являются термины типа антропоцентризм, нарратив, дискурс, гипертекст, метатекст и др. Функция экономии лексических средств в публицистическом тексте имеет особое значение. Согласно понятию экономии языковых средств, которое было сформулировано французским лингвистом А. Мартинетом, изменение языка – это компромисс между потребностями коммуникации и стремлением человека к минимизации коммуникативных усилий. Он отмечает, что постоянное противоречие между потребностями общения человека и его стремлением свести к минимуму свои умственные и физические усилия может считаться определяющими в изменении языковой системы. Таким образом, вследствие принципа языковой экономии в письменной и устной коммуникации в публицистической сфере появляется и употребляется большое количество новых языковых единиц.



Proceedings of International Educators Conference

Hosted online from Rome, Italy.

Date: 25th April, 2023

ISSN: 2835-396X

Website: econferenceseries.com

Список использованной литературы:

1. Иванова Г. Русская лингвистическая терминология: проблемы заимствования // *Studia Rossica Hjsnaniensia. Zeszyt XXXIII. Poznań*, 2006.
2. Алиева Г.Н. Окказиональные неологизмы последнего десятилетия // *Русская речь*. М., 2006. № 3.
3. Клушина Н.И. Адресант и адресат в современной периодике // *Русская речь*. М., 2013. № 6.
4. Khakimov, S. R., & Sharopov, B. K. (2023). Educational Quality Improvement Events Based on Exhibition Materials in Practical Training Lessons. *American Journal of Language, Literacy and Learning in STEM Education*, 1(2), 5-10.
5. Yuvmitov, A., & Hakimov, S. R. (2021). Influence of seismic isolation on the stress-strain state of buildings. *Acta of Turin Polytechnic University in Tashkent*, 11(1), 71-79.
6. Шаропов, Б. Х., Хакимов, С. Р., & Рахимова, С. (2021). Оптимизация режимов гелиотеплохимической обработки золоцементных композиций. *Матрица научного познания*, (12-1), 115-123.
7. Ювмитов, А. С., & Хакимов, С. Р. (2020). ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СЕЙСМОИЗОЛЯЦИИ НА ДИНАМИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗДАНИЯ. *Acta of Turin Polytechnic University in Tashkent*, 10(2), 14.
8. Hakimov, S., & Dadaxanov, F. (2022). STATE OF HEAT CONDUCTIVITY OF WALLS OF RESIDENTIAL BUILDINGS. *Science and innovation*, 1(C7), 223-226.
9. Yuldashev, S., & Hakimov, S. (2022). ТЕМИР ЙЎЛ ТРАНСПОРТИДАН КЕЛИБ ЧИҚАДИГАН ТЕБРАНИШЛАР ҲАҚИДА. *Science and innovation*, 1(A5), 376-379.
10. Хакимов, С. (2022). АКТИВ ВА ПАССИВ СЕЙСМИК УСУЛЛАРИ ҲАМДА УЛАРНИНГ АСОСИЙ ВАЗИФАЛАРИ. *Journal of Integrated Education and Research*, 1(2), 30-36.

