

На правах рукописи



Раупова Шахнозахон Махмуджановна

**НЕОЛОГИЗМЫ ОБЩЕСТВЕННО-СОЦИАЛЬНОЙ
СФЕРЫ В РАЗНОСИСТЕМНЫХ ЯЗЫКАХ**

Специальность 10.02.19 – Теория языка

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени кандидата
филологических наук

Душанбе – 2021

Работа выполнена на кафедре иностранных языков Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики

Научный руководитель Джамшедов Парвонахон, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой иностранных языков Национальной академии наук Таджикистана

Официальные оппоненты: Джаматов Самиддин Салохиддинович, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой языкознания и сопоставительной типологии Таджикского государственного педагогического университета им. С. Айни

Худойбердиева Джамила Чоршанбиевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры языков и гуманитарных дисциплин, проректор по воспитательной части и международным отношениям Государственного института изобразительного искусства и дизайна Таджикистана.

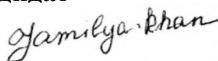
Ведущая организация Таджикский национальный университет

Защита состоится 15 июня 2021 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 047.004.02 по защите диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук на базе Института языка и литературы имени Рудаки Национальной академии наук Таджикистана (734025, г. Душанбе, проспект Рудаки, 21; www.iza.tj).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Института языка и литературы имени Рудаки Национальной академии наук Таджикистана (734025, г. Душанбе, пр. Рудаки, 21; www.iza.tj).

Автореферат разослан «11» мая 2021

Ученый секретарь диссертационного совета Д 047.004.02, кандидат филологических наук



Дж.Дж. Мурувватиён

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Проблемы взаимосвязи языка с действительностью всегда волновали учёных, работающих в разных областях науки – философов, лингвистов, психологов, культурологов и т.д. В наше время эта проблема представляется особенно актуальной, так как сейчас общество и язык претерпевают существенные изменения.

В результате прогресса науки и техники почти в каждом языке ежедневно потоками вливаются новые понятия и слова, то есть неологизмы, и, составляя особый лексический пласт языка, становятся объектом пристального интереса лингвистического анализа. Не являются исключением и исследуемые нами языки – английский и таджикский.

Очевидно, что новые слова воспринимаются как неологизмы только до тех пор, пока выражаемые ими понятия не станут привычными, после чего они прочно входят в словарный состав и уже не воспринимаются как новые, так как приобретают устойчивые «права гражданства» в принявшем их языке. Это в определенной степени обусловило выбор материала и проблематику нашей диссертационной работы. Однако в теории ноологии разно системных языков имеется ещё много проблемных областей исследования. В качестве ключевого вопроса ноологии исследователи выделили обобщение и систематизацию теоретических концепций, построение межпредметных связей (как с лингвистическими, так и с нелингвистическими науками) – в особенности со словообразованием, этимологией, семасиологией, лексикологией, стилистикой, социологией, социолингвистикой, психолингвистикой и т. д.

Актуальность исследования определяется необходимостью системного изучения проблемы неологизмов, возникших за последние десятилетия в английском и таджикском языках, с точки зрения сравнительно-сопоставительного языкознания.

Исследование экстра- и интралингвистических факторов появления новых слов в языке, анализ их структурных, семантических и фонетических особенностей, путей и способов образования новых слов даёт нам возможность установить основные тенденции развития словарного фонда языка на современном этапе его развития.

Актуальность исследования связана также с такими вопросами как мотив и факторы возникновения неологизмов, определение продолжительности употребления нового слова в качестве неологизма, их проникновение в основной словарный фонд, определение связи и отграничения между окказиональным, авторским употреблением лексической единицы и неологизмом, необходимость создания особых словарных статей либо определенных помет.

Решение всех этих проблем позволяют маркировать неологизмы, поскольку существующая система достаточно неудобна и не учитывает социальной дифференциации языка, и как следствие – нечетность в стилистической характеристике неологизмов, а значит и в вопросе об отнесении к неоло-

гизмам сленговых единиц, профессионализмов, терминов и других пластов лексики.

Выбор данного пласта лексики в качестве объекта исследования объясняется тем, что за последнее десятилетие в указанных языковых обществах происходили наиболее радикальные изменения в общественной и политической жизни. Вследствие этого в разносистемных языках в исследуемый период наблюдается появление огромного количества новых слов, изучение которых имеет огромное лингвокультурологическое значение. Однако данная проблема в изучаемых языках в сопоставительном плане не подвергалась к специальным исследованиям.

Степень разработанности проблемы. Отличительной чертой нашей эпохи стало ослабление «внутреннего цензора». Это привело к обилию всевозможных новообразований, что породило проблему возникновения и употребления новых слов, всегда интересовавших лингвистов. Огромный приток новых слов и необходимость их описания обусловили создание особой отрасли лексикологии – неологии как науки о неологизмах [Заботкина, 1989, с. 6].

Большой вклад в практику неологии вносят английские и американские лингвисты, разрабатывающие лексикографические аспекты неологизмов. Речь идёт о словарях новых слов и о приложениях к толковым словарям. Среди первых важнейших работ в области английской неологии известны такие, как словари А.М. Тейлора [Taylor, 1948] и Р. Зандворта [Zandwort, 1958], отражавшие новое в лексике английского языка времён второй мировой войны: словарь новых слов П. Берга [Berg, 1953], включающий новые лексические единицы, которые появились в английском языке с начала 30-х годов до 1953 г.: словарь М. Рейфера [Reifer, 1955], зарегистрировавший около 4500 новообразований периода с 30-х годов до 1955 г. В последнее десятилетие изданы два словаря Барнхарта [Barnhart, 1973, 1980]. Они зафиксировали около 10000 новых слов и значений за период 1963 – 1980гг. Также издано три однотомных приложения к третьему изданию словаря Вебстера: «6 тысяч слов» (1976), «9 тысяч слов» (1983), «12 тысяч слов» (1986). Заслуживают внимания словари новых слов Н. Магера [Mager, 1982], Лемея [LeMay, 1985], словарь новых слов Лонгмэна Гардиана [Longman Guardian, 1986], а также словарь жаргонизмов Дж. Грина [Green, 1987].

Русские и таджикские новообразования в языке в разное время привлекли внимание таких учёных, как Г.О. Винокур, В.В. Виноградов, А.Г. Горнфельд, А.И. Смирницкий, Л.В. Успенский, Н.И. Фельдман, Л.В. Щерба, М.О. Музофиршоев, А.Ф. Нажмиддинов, М. Маджидов и др.

Активность в сфере изучения неологизмов в отечественном языкознании заметна начиная с 60-х годов нашего века, о чём свидетельствуют монографии, диссертационные исследования на материале таджикского языка: например, работа А.Ф. Наджмиддинова, в которой неологизмы рассмотрены в различных аспектах – словообразовательном, лексикологическом, стилисти-

ческом, ономаσιологическом. Сотрудник института языкознания РАН Э. Собиров подвергает к лексико-семантическому исследованию неологизмы (русизмы, европоизмы, персизмы, арабизмы, туркизмы) 90-х годов XX века до 2015 года.

Профессор Г. Джураев в нескольких своих статьях подробно анализирует и классифицирует неологизмы таджикского языка последних 20 лет.

В словаре новых слов таджикского языка собраны около 10000 неологизмов таджикского языка собственного и заимствованного происхождения. Под эгидой Комитета Языка и терминологии при Президенте РТ в 2016 году был организован международный симпозиум по изучению неологизмов современного таджикского языка, в котором присутствовали ученые из Ирана, Афганистана, Индии, Пакистана и России.

Цель и задачи исследования.

Учитывая неизученность исследуемой проблемы установления экстра- и интралингвистических факторов появления новых слов в языке, исследования их семантических, словообразовательных и функциональных аспектов в речевой цели, в составе текста в сопоставительном аспекте на материале таджикского и английского языков целью данного диссертационного исследования является всесторонний анализ структурно-семантических и функциональных особенностей неологизмов английского языка в русле сравнительно-сопоставительного языкознания.

Указанные цели предполагают решение следующих задач:

- определить понятие неологизма на основании теоретических подходов, используемых в лингвистических исследованиях в разносистемных языках для разграничения неологизма, окказионализма и индивидуального авторского употребления лексической единицы;
- определить критерии классификации новых слов (способы номинации, основные способы словообразования, принадлежность к определённой части речи; функционирование в различных стилях речи);
- описать способы словообразования неологизмов и определить частотность их употребления в исследуемых языках;
- выявить факторы, способствующие появлению новых слов в разносистемных языках и описать процесс вхождения их в систему лексики;
- определить роль неологизмов в обогащении словарного состава современного таджикского языка.
- обобщить и систематизировать результаты исследования неологизмов и дать обзор их существованию в рассматриваемых языках.

Предмет исследования составляют семантические, словообразовательные, морфологические (частеречная принадлежность), стилистические особенности новых слов, условия их функционирования в исследуемых языках.

Объектом исследования являются неологизмы последних десятилетий в разносистемных языках, извлечённые из материалов общественно-социальной сферы таджикского, английского и русского языков.

Материалом исследования послужили тексты статей, отобранные из современной периодики, информации средств массовой информации на таджикском и английском языках. В качестве основного материала исследования использованы последние издания словарей Макмиллиан, Лонгмэн.

Научная новизна исследования заключается в том, что неологизмы изучаемых языков впервые исследованы в теоретическом аспекте, разработано единое определение понятия «неологизм» в языке, охарактеризованы критерии разграничения неологизмов и окказионализмов. Новизна работы заключается также в исследовании функционального аспекта неологизмов, т.е. установлении текстообразующих и прагматических особенностей данных единиц.

Количество работ, посвященных анализу состояния современного таджикского языка и исследованию его лексических новообразований не так велико, и требует определенного обзора, обобщения и систематизации. Именно такая попытка и предпринята в настоящей работе.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что в нем предложено новое осмысление сущности неологизмов; определены лексико-стилистические и речевые функции новых слов как отдельного слоя лексического состава языка; исследованы их семантические, словообразовательные и функциональные аспекты в языке, что позволяет внести определенный вклад в дальнейшее развитие теории неологии.

Практическая ценность работы состоит в возможности использования положений и выводов, сделанных в диссертации, для дальнейшего изучения и выделения способов образования неологизмов, их словообразовательных типов, а также исследования функций новых слов в языке. Кроме того, языковой материал и результаты исследования могут найти свое применение при составлении словарей новых слов соответствующих языков, при создании учебно-методических разработок, написании дипломных и магистерских работ по данной тематике и имеют прямой выход в практику преподавания английского языка в высшей школе. Материал диссертации также может быть использован при чтении курсов и спецсеминаров по языковым аспектам как лексикология, стилистика, семасиология и фразеология.

Методология и методы исследования. Предполагаемая работа носит синхронный характер, так как в ней исследуются лексические новации на современном этапе развития языка. В процессе изучения материала применялись методы системного описания исследуемых единиц, анализа непосредственных составляющих, а также метод описания и количественного подсчёта (статистический метод). Основным методом исследования в диссертации является метод непосредственного наблюдения за фактами языка (эмпириче-

ский метод). Интерпретация языкового материала осуществлялась посредством описательного и сопоставительного методов с опорой на исследовательскую интуицию.

В работе также использован метод комплексного анализа новых слов, предполагающий рассмотрение их с точки зрения семантико-словообразовательного и функционально-стилистического аспектов. Широко использовались также приёмы контекстуального анализа, количественной оценки фактов.

Методологической основой работы послужили труды учёных Г.О.Винокур, В.В. Виноградова, А.Г. Горнфельд, А.И. Смирницкого, Л.В. Успенского, Н.И. Фельдман, Л.В. Щербы, М.О. Музофиршоева, А.Ф. Нажмиддинов и др.

На защиту выносятся следующие основные положения:

1. Появление и использование неологизмов в том или ином языке зависит от экстралингвистических, интралингвистических и эколингвистических факторов.
2. В создании неологизмов большую роль играют словообразовательные элементы.
3. Перевод неологизма из одного языка в другой создает определенные языковые трудности, так как функциональные аспекты использования неологизмов недостаточно исследованы в сравниваемых языках, в особенности – в таджикском.
4. Неологизмы обладают большим текстообразующим потенциалом в сравниваемых языках и играют особую роль в формировании и развитии тема-рематических отношений текста.
5. Семантика неологизмов актуализируется особо чётко в рамках всего текста или контекста.

Степень достоверности и апробация результатов. Различные аспекты исследования были изложены автором в докладах на традиционных научных конференциях профессорско-преподавательского состава Таджикского Государственного университета права, бизнеса и политики (2014-2020), на республиканских и международных конференциях.

Диссертация была обсуждена на заседании кафедры иностранных языков ТГУПБП.

По теме исследования на страницах сборников и научных трудов было опубликовано 8 статей. В том числе 3 статьи представлены в научных журналах, рекомендованных ВАК министерства образования и науки Российской Федерации. Основные положения данной диссертационной работы нашли отражение в ежегодных итоговых научных конференциях преподавателей и аспирантов, указанные в конце автореферата.

Структура и объём работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

Основное содержание исследования.

Во **Введении** обосновывается актуальность выбора темы, определяются цель и задачи, а также методы исследования, указываются теоретические и практические источники работы, констатируется её новизна, перечисляются положения, выносимые на защиту, отмечаются апробация, а также теоретическая и практическая значимость работы.

Глава I «Общие знания о неологизмах» посвящена теоретическому аспекту изучения экстралингвистических и интралингвистических факторов появления новых слов и их особенностей, проблемам перевода неологизмов в разносистемных языках, и охватывает в общем четыре раздела.

Раздел 1.1. «История понятия и определения неологизмов» посвящён истории появления новых слов и как изменения в общественной жизни и языке влияют на лексическую систему языка.

Термин «неологизм» впервые засвидетельствован в английском языке в 1772г., заимствован из французского, где он звучит как *neologisme* (1734). Однако уже во второй половине XVIII века стало очевидно, что сфера употребления литературно-книжного слова должна и возможно не может быть полностью ограничена.

Е.В. Розен, анализируя различные определения неологизма, даёт следующее определение данному понятию: «Неологизмами называются всякие вновь организованные в языке слова в течении всего времени, пока они отмечаются как новые в языковом сознании носителей языка. Неологизмами, следовательно, называются все слова на начальном этапе их существования в языке, т.е. на том этапе, когда недавнее время появления слова, его новизна и отражение этих моментов в сознании носителей языка являются релевантными» [Розен, 1966, с. 53-61].

Таким образом, под неологизмами в данной работе понимаются новые слова и словосочетания, созданные для обозначения новых понятий лексемы и реальный политического, научного или общеупотребительного характера, образованные по действующим в языке словообразовательным моделям и законам или заимствованные из других языков, а также обслуживающие различные аспекты жизни общества и удовлетворяющие его коммуникативные потребности. В современном таджикском языкознании для обозначения новых слов и значений используется термин «неологизм» и его таджикский эквивалент – **наввожаҳо**. Термин **наввожа** в таджикском языкознании употребляется с 90-х годов XX века. До 80-х годов XX века использовался интернациональный вариант неологизм (М.Мухаммадиев, Тохирова). В 1985 году языковед Т.С.Шакиров предлагал таджикский эквивалент **навкалима**, что является калькированный перевод неологизмов (нав – нео, калима – слово).

А.А.Хадеева-Быкова даёт следующее определение неологизму: «Под неологизмами мы понимаем слова, новые по форме и содержанию, моносемантические по значению и спорадически появляющиеся в языке» [Хадеева, 1967, с. 112].

Под действием новой политико-экономической идеологии в литературной речи проявились лексические новообразования – неологизмы, часть из них вошла в язык со своими новыми реалиями. Другая их часть заменила отдельные лексические единицы, которые использовались в языке издавна и приобрели собственно таджикское «гражданство» в лексике литературного языка.

Первая причина. Раньше, в советский период такие слова как «рӯзнома, мачалла, чарида» и т.д. существовали в таджикском языке, но в силу языковой политики советского периода такие слова не могли использоваться в общении, так как русский язык считался единственным государственным языком всего Советского Союза, хотя национальный язык каждой республики считался государственным языком, поэтому подобные слова не были в ходу (использованы).

Вторая причина. После приобретения бывшими республиками национальной независимости и, особенно, после принятия Закона о государственном языке в Таджикистане многие слова указанного типа превратились в неологизмы.

Раздел 1.2. «Экстралингвистические и интралингвистические факторы появления новых слов» посвящён разным факторам появления неологизмов в разносистемных языках.

Объективные реалии рубежа веков свидетельствуют о наступлении эпохи глобализации. Все области и сферы жизни современного человека пронизаны принципом интегрирования и единения, заложенном в этом термине. Безусловно, глобальному универсальному социуму необходим единый международный язык для независимого функционирования. В настоящий момент английский серьёзно укрепил свои позиции в качестве языка межнационального общения. Данная ситуация не могла не повлиять на развитие национальных языков. Многих исследователей тревожит факт исчезновения языков малых народов, и их этнолингвистические особенности, чрезмерное проникновение англо-американизмов, размывания литературной нормы, ухудшения качества владения родным языком и целого ряда других явлений. Таким образом, в языковом плане глобализация выполняет не только роль экстралингвистического фактора, но также влияет на существование языков, приводит к повсеместному использованию единого глобального языка и дифференциации языковых функций.

В процессе анализа новых слов, появившихся за последние три десятилетия, автором определены основные экстралингвистические факторы, мотивировавшие их появление в указанных языках:

а) Возникновение новых реалий в жизни человека, нуждающихся в номинации. В английском и других языках за последние три десятилетия появилось множество новых слов, отражающих инновации или новые явления общественной жизни. В английском языке подобным примером может служить единица *civic / citizen journalism* ‘гражданская журналистика’, которая

получила признание и широкое распространение с развитием Интернета и новых цифровых технологий. Гражданская журналистика предполагает, что человек, не являющийся по профессии журналистом, может заснять на своё мобильное устройство сенсационную или любопытную новость и выложить видео в сеть Интернет.

б) Научно-технический прогресс. С.И. Виноградов выделил в качестве языковых примет научно-технического прогресса возрастание роли языка науки, лавинообразный количественный рост терминологической лексики, широкое освоение терминов литературным языком [Виноградов, 1986, с. 11-20]. Своеобразный "терминологический взрыв", произошедший с развитием науки в ряде языков мира, также представляет собой динамичный языковой процесс современности. Достаточно сказать, что технический лексикон английского языка по подсчётам лексикографов словаря ODE на 2012 г. насчитывает 500 тыс. терминов.

в) Глобализация и расширение круга носителей языка. Глобализация, начавшаяся во второй половине XX века, вызвана резким изменением геополитической и социокультурной ситуации в мире, созданием Евросоюза, возросшей миграцией, выходом США на авансцену мировой политики и экономики, развитием Интернета и других технологий. Функцию международного общения языка в настоящее время выполняет английский язык. Межкультурные связи, культурный плюрализм привели к появлению большого количества новых слов, в основном иноязычной, заимствованной лексики в национальных языках. Последствием глобализации для английского языка стало увеличение числа его «пользователей» (термин Д. Кристала), что повлекло за собой изменение языковой нормы и пополнение словарного состава.

г) Развитие Интернета и рост диалогичности общения. Интернет является одним из факторов глобализации. Освоение людьми его возможностей сегодня оказывает воздействие на самые разные области жизнедеятельности человека. В Интернете интернациональное преобладает над национальным, в этом глобальном информационном пространстве стираются различия между национальными культурами, менталитетами, идеологиями. Всемирная паутина укрепила позиции английского в качестве единого международного языка общения, что не может не вызывать озабоченность. Доступность информации в интернете оборачивается угрозой распространения и навязывания мировому сообществу ценностей и культуры, экономических и политических взглядов англоязычных стран: «Интернет является убийцей культур в той же степени, что и английский - убийцей языков» [Crystal, 2001, с. 58].

Ряд лингвистов обращаются в своих исследованиях к вопросу об интралингвистических факторах возникновения неологизмов. Т.В. Попова указывает среди внутриязыковых причин, порождающих новые слова, стремление носителя языка к выразительности, экспрессивности, речевой экономии, образованию по аналогии [Попова, 2005, с. 9].

Анализ фактического материала показал, что внутрисистемные новации отличаются не только по своим основным свойствам, но и по характеру выполняемых ими функций. Стремление к разнообразию речи всегда связано с расширением синонимических возможностей лексической системы языка. Новые слова, появившиеся в результате стремления языка к выразительности, представляют собой в основном индивидуально-авторские окказионализмы и семантические неологизмы.

В разделе 1.3. «Неологизмы в таджикском языке» рассматривается разделение неологизмов по назначению, в результате которого определяются их виды.

Таджикский литературный язык базируется на языке классической персидско-таджикской литературы и имеет тысячелетнюю историю. Исследование особенностей современного таджикского языка является одним из важных вопросов таджикского языкознания, связанное с его внутренней структурой, функционированием в быстро сменявшихся друг друга событий трагического XX-го века, фактически сломавшем весь предшествующий жизненный уклад, и не только в биноме Таджикистан – СССР, но и во многих странах мира.

«Неологический бум» последних двух десятилетий находит яркое отражение в публицистике, в языке средств массовой информации и литературной критике, материальных блогах в минимальном объёме. Такие неологизмы называются лексическими. Здесь же можно указать на фразеологические неологизмы, представляющие собой новые устойчивые словосочетания, например: *вешать лапшу на уши (вводить в заблуждение кого-либо) – сафсата хондан, домони касеро бо чормагзи нуч нур кардан.*

По назначению неологизмы можно разделить на четыре группы. **Неологизмы первой группы** появляются для названия реалий и понятий, которых раньше не существовало в жизни народа: *венчурный-венчурй – направленный на финансирование новых неапробированных идей, проектов, связанных с риском;* **Неологизмы второй группы** создаются для названия явлений, которые уже имели место в жизни общества, но не получили по тем или иным причинам, в частности идеологического характера, своего наименования: *внесудебный-гайрисудй – находящийся за пределами судопроизводства, осуществляемый без суда и следствия;* **В третью группу** входят **неологизмы**, которые обозначают реалии, не существующие в действительной жизни, но прогнозируемые, возможные в фантазиях, при дальнейшем развитии науки и техники: *киборг-киборг — получеловек-нимодам;* **Четвёртую группу неологизмов** составляют лексические единицы, которые дублируют слова с тем же значением. Это могут быть полные (идеографические) синонимы, тождественные по значению и стилистической окраске: *державник-давлатдор – государственный-давлатй;* многочисленные лексические новообразования, которые имеют чисто таджикскую основу: *афишура – сок, выжатый из фруктов; адвинҷот – лекарство;*

Большую группу неологизмов таджикского литературного языка 90-х годов XX и начала XXI века составляют **заимствованные слова**. По способу проникновения заимствованные неологизмы делятся на две группы: а) неологизмы, заимствованные из русского языка: *буферй-ҳимҷаворй*-территориальный, пограничный; средство и помещение между двумя противоположными вещами; *бизнес-тиҷорат*, коммерция, торговля, *виндоус* – основная системная программа компьютера, *геноцид* – искоренение какой-нибудь нации или расы; б) неологизмы, заимствованные из других языков через персидский язык: *бунёдгарой* - *фундаментализм*; *моҳвора* – *спутниковая (тарелочная) антенна*, *варзишгоҳ*– *стадион*, *додгоҳ* – *суд*, *шаҳраванд* – *гражданин*, *моҳнома* – *ежемесячник*; в) заимствованные арабские неологизмы, вошедшие через персидский язык – слова обозначающие лицо: *ҳосиб* – оккупант, насильно отбирающий что-то, принадлежащее местному жителю и слова, обозначающие различные жизненно важные понятия: *мақула* – категория; *мувозибат* – забота; *инфичор*– взрыв; *асолат* – благородство; *пружа*-проект.

Таким образом, основным стержнем появления лексических новообразований в современном таджикском литературном языке является его исторически сложившаяся словообразовательная система. Через словообразовательные модели языка проходят не только собственно таджикские новообразования, но и все те калькированные и заимствованные новоявления из других языков, которые особенно быстро реагируют на изменения в общественной жизни и языке.

В разделе 1.4. «Особенности и проблемы перевода неологизмов» рассмотрена проблема правильного понимания и перевода неологизмов, связанных с сегодняшним быстрым развитием науки, техники, технологии.

Значение этих слов с их наращённым смыслом может быть понятно только в контексте путём сравнения с исходным существительным, что и осложняет перевод [Борисова, 2000, с. 171]. Например: The delegates were planed to the conference last night. Глагол planed сформирован из существительного plane. Назначением пассажирского авиа-судна является перевозка людей. На этом основании мы переводим это предложение так: Вчера вечером делегатов отправили на конференцию самолётом. Рӯзи гузашта вакилони конфронсро бо воситаи ҳавопаймо гусел карданд.

Автор, полагаясь на определение слова «неологизм» предполагает, что переводчик, впервые сталкиваясь с неологизмом, не имеет понятия о нём, и его значении. Поэтому, значение неологизма должна выявляться чаще всего через контекст. При переводе неологизмов контекст имеет достаточную информативную ценность. В процессе перевода обычно отличают три фазы:

1. Разъяснение значения слова в контексте;
2. Передать значение посредством переводного языка.
3. Калькирование

Автор отмечает что самые большие трудности возникают тогда, когда новое слово еще не зарегистрировано нигде. Переводчик тогда должен решить две задачи:

1. разобраться в значении нового слова;
2. сделать правильный выбор соответствующего способа его перевода на искомый язык.

Глава II. «Пути возникновения неологизмов» охватывает три раздела. Первый раздел посвящен словообразованию посредством расширения словаря и полисемантизмами. Анализ материала показывает, что неологизмы обычно образуются из элементов, которые уже существуют в современном языке. Наиболее широко используемые средства образования – аффиксация-вандбанди (суффиксация-пасанди и префиксация-пешванди, конверсия и словопроизводство-калимасозь).

Словопроизводство (Деривация). Деривация включает добавление морфемы в форме аффикса, таких как суффиксы - *ness*, *-tion*, и префиксы *in-*, *dis-* и т.д.

Суффиксация: *denial-ist* (существительное) — тот, который отрицает установленную научную теорию – кассе, ки назария илмии мукарраршударо инкор мекунад; *configurat-or* (существительное) – программное средство, которое предоставляет функциональное расположение данных для компьютерных приложений – воситаи барномавиест, ки маълумоти чойгиршударо барои замиаи компютери пешниход мекунад;

Префиксация: *hypo-christian* (существительное) — человек, который утверждает, что живёт как христианин, но его действия противоречат данному утверждению; *in-service* (существительное) — лекция или презентация, осуществлённая группой специалистов или профессионалов (в качестве педагогов, врачей, или фармацевтов) как средство дальнейшего обучения – муаррифгаро; *mega-city* (существительное) — очень большой, огромный город – азимшахр.

Контаминация. Она объединяет лексемы, чтобы сформировать новое слово. Например, *Chindia* [China + India] - Хиндухитой; *Obamacon* [Obama + conservative] – сочетание Обамы и консерватора – консерватор (особенно член Республиканской партии) который поддерживал кандидатуру Обамы в президентских выборах; *celeblog* [celebrity + blog] – сочетание знаменитости и блога – блог написанный знаменитостью или блог посвященный знаменитостям, новостям или сплетням о личной жизни знаменитостей;

Словосложение. Словосложение – один из способов словообразования, состоящий в морфологическом соединении двух или более корней (основ). В результате словосложения образуется сложное слово, или композит. Сложное слово – слово, составленное из более одной свободной морфемы. Это – процесс словообразования, которое создаёт составные лексемы. Этот тип формирования увеличивается до немалого числового объёма. Компонентные основы состава могут быть категоризированы в несколько главных

типов: существительное, глагол и прилагательное. Например, *cable ready* - (телевизор) способный получить кабельное телевидение непосредственно, без потребности в специальном оборудовании приема или расшифровки – телевизоры нокии *acid jazz*- стиль популярной танцевальной музыки, которая является соединением фанка, соул и джаза, *bubbletea* - сладкий напиток тайваньского происхождения, которое состоит из чая, смешанного, как правило, с молоком или фруктовым сиропом и тапиокой – кандчойи бубли, *lattefactor* - популярная стратегия экономии денег, которая влечет за собой экономии большой суммы денег, сокращая мелочные расходы – такие как ежедневное кофе латте;

Займствование. Займствование – элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т.п.), перенесённый из одного языка в другой в результате языковых контактов, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой. Другими словами это слово, взятое из исходного языка и внедрившееся в язык-реципиент в чистом виде без перевода.

Согласно обзорам, процент современных английских слов, полученных из каждого языка, составляет 29% - от французского языка, 29% - от латыни, 26% - от немецкого языка, 6% -от греческого языка, остальные 6% приходится на прочие языки. Газеты часто сообщают мировые новости и использование заимствованных слов не только привлекает внимание читателей, но также предоставляет им прямую зарубежную информацию.

Аббревиатура – усечённая форма слова или фразы. Она состоит из группы букв, взятых от слова или фразы. Чтобы сэкономить место, те, кто пишут применяют аббревиатуру в процессе сообщения новостей, что стало тенденцией в их подаче, приводящей ко всё более и более усекаемым неологизмам. Усечённый в новостных материалах прессы неологизм может быть категоризирован в три типа: акроним, ужатия слов и контаминация.

Акроним. Акроним – вид аббревиатуры, который используется в качестве произвольно сформировавшегося слова, случайно получившегося из начальных компонентов во фразе или слове. Акронимы экономят газетную площадь, они тут же бросаются в глаза и куда интереснее, чем полный набор слов. Они часто используются, чтобы сокращать длинные и часто упоминаемые названия организаций, таких как АИВ (Asian Infrastructure Investment Bank) и WTO (World Tourism Organization). Общество использует их в своей повседневной социальной и культурной жизни. Kippers (kids in parents' pocket eroding retirement savings), и DWY (driving while yakking) являются также примерами акронимов.

Ужатие. Ужатие – это процесс словообразования, который состоит в сокращении слова до одной из его частей. Самый распространённый тип – **апокопа**, в котором сохраняется начало прототипа. Например: Decaf (decaffeinated), vert (vertical), technic (technician) isig (signature). Конечное ужатие или **аферезис** сохраняет конечную часть прототипа. Например: сооп

(raccon), versity (university), net (Internet). **Синкопа**— слово в котором средняя часть убирается: maths (mathematics) и specs (spectacles).

Усечение также происходит в новых лексических единицах, надлежащих к употреблению только в письменной речи, особенно во время общения по интернету и при использовании электронной почты, например: PPL — people, b-day — birthday, smh — shaking my head (в неодобрительном ответе на что-то в предыдущем письме); UCE — unsolicited commercial e-mail or spam— незапрашиваемая коммерческая электронная почта или спам (бесполезный информационный мусор); TYVM — thank you very much; EOC — end of conversation — конец разговора.

Передача значения новых слов. С развитием науки, техники и прогрессом общества возникают новые понятия, которые требуют, чтобы неологизмы облекли их в яркое и ясно выраженное звучание. Однако, для новых понятий не обязательно создание новых слов. Вместо этого они могут быть переданы через перенос значения. «Bailout» пришло от французского *baille*, которое означает «выпрыгнуть из самолёта – паридан». Однако, с течением времени, люди стали использовать его в значении «оказывать финансовую поддержку тем, кто испытывает затруднения, с тем чтобы вытащить их из оказавшихся на мели – кафолату замонат додан ба касе». Например, *Salt Lake Tribune reported that President Obama said the government will recover all the taxpayer money his administration provided to bail out the auto industry last year.*

В разделе 2.2. «**Влияние интернет-аффиксов на образование компьютерных неологизмов и появление новых концепций**» рассматривается появление новых концепций с помощью словообразовательных аффиксов.

Новые слова создаются каждый день, и их количество в английском языке быстро растёт, особенно в сфере информационных технологий. Научно-техническая революция в качестве одного из основных явлений современности вносит существенные изменения в языковую модель мира. В частности, быстрое развитие компьютерных технологий и новых методов обработки информации неизбежно оказывает влияние на формирование новых слов и их лексических значений [Черепанов, 2009, с. 121].

В последние годы, например, компьютерные технологии добавили значительное количество новых терминов на английском языке. Такие термины, как "Wi-Fi" (Wireless Fidelity) / вай-фай (беспроводной доступ в Интернет) / вай-фай (пайвастшавии бенокил); webinar (web + seminar) / "вебинар" – веб-семинар, интернет-семинар / вебинар, конфронс ё семинарии интернети; malware (malicious + software) / вредоносное программное обеспечение (которое способно нанести ущерб или вывести из строя определённую информационно-вычислительную систему; например вирус) / барномаи зараровар, ки ба расонидани зарар ё аз кор баровардани низоми коркарди маълумот кодир аст, масалан: вирус; microbrowser / микробраузер (интернет-браузер для мобильных устройств) / микробраузер (браузери интернети барои дастгоҳи мо-

билй); *blogosphere* (*weblogosphere*) / блогосфера (виртуальное сообщество, объединяющее авторов сетевых дневников) / блогосфера (чомеаи виртуалй, ки муаллифони рӯзнамаҳои шабакавино муттаҳид месозад) являються лишь несколькими примерами современных неологизмов, которые были интегрированы в современный английский язык.

Слово «Интернет» также стало основой для целого ряда неологизмов, особенно фразеологизмов (*Internet host* - Интернет-хост: хост-компьютер, предоставляющий услуги Интернета, *Internet appliance* – маленький компьютер, разработанный для обеспечения доступа к Интернету; *Internet café* – кафе с интернет-доступом, в котором люди платят за интернет-пользование). Быстрые темпы развития Интернета привели, например, к появлению таких понятий, как «*nettime*», «*Internet year*». Понятие "интернет-год" появилось по аналогии с понятием "*dogs age* – возраст собаки – сини саг" (один год жизни собаки приравнивается к семи человеческим годам). Интернет-специалисты считают, что интернет-год составляет три обычных месяцев. Слово "Интернет" послужило в качестве модели для создания таких общих инноваций, как "*Sneakernet*" - передача файлов из одного компьютера в другой с помощью дискеты или другого съемного устройства-интиқоли файл; "*Intranet*" - компьютерная сеть-шабакаи компютерй, которая использует технологию интернет-протокола для обмена информацией, операционными системами или вычислительными услугами в рамках организации; "*Splinternet*" – Интернет, разделённый на несколько сегментов или классов на основе таких факторов, как стоимость, скорость, платформы или политические мотивы; "*Innernet*" – носимые компьютерные технологии, которые контролируют внутренние функции; "*extranet*" – это компьютерная сеть, которая позволяет осуществлять контролируемый доступ с внешней стороны для конкретного дела или образовательных целей; "*Evernet*" - доступ в Интернет, который мгновенно и всегда доступен из нескольких различных устройств. Следует также отметить, что новое образование "*outernet*" было создано для обозначения традиционных доинтернетовских СМИ - прессы, литературы, телевидения и т.д. Укороченный вариант слова "Интернет" – Net послужил основой для многих неологизмов, например: "*nethead*" – любой человек, очень увлеченный или одержимый Интернетом; "*netiquette*" - правила этикета, которые применяются при общении в компьютерных сетях, в частности в Интернете; "*netroots*" - термин, который описывает политическую деятельность, организованную с помощью блогов и других интернет-СМИ, включая услуги вики и социальных сетей; "*netizen*" - это человек, который регулярно пользуется Интернетом – истифодабарандаи доимии интернет; "*net-fever*" – одержимость пользования Интернетом; "*netlike*" – имеющий открытое пространство или подобный сети; "*Netsavy*" – знание Интернета; это подразумевает больше, чем способность время от времени просматривать веб-страницы и пользоваться электронной почтой; "*netsavy*" означает владеющего несколькими уровнями Интернета / Web-навыков – вебмалака, которые включают загрузку файлов и обновление

приложений, а также чрезвычайную осведомлённость о потенциальных вирусах; "Netsurfing" – просматривать одно за другим разные места в Интернете; "Netsploitation" – голливудский суб-жанр, который пользуется интернет-мифологиями за легко передающиеся идеи. В связи с этим отметим концентрацию неологизмов во всемирной системе компьютерной сети. Существует, например, некоторое количество стилистически окрашенных слов и фраз, которые отражают аналогию между Интернетом и высокоскоростной магистралью: *I-Bahn, Info-Bahn, Info-Highway, I-Way, Information super highway, electronic super highway, e-Bahn* – информационная супермагистраль (*телекоммуникационная сеть, обеспечивающая мгновенную передачу информации* – шабакаи телеробита), информационная (высокоскоростная) магистраль (Интернет)-шохрохи баландсуръати мухобиротӣ. В современном языке есть много новых слов с лексемой «*virtual* – виртуальный-виртуальн».

В современном языке самым продуктивным лексемой являются «*virtual digital*» и префиксы–*cyber, – e* с помощью которых образовано более чем 150 слов.

В разделе 2.3. «Классификация и семантическая группа неологизмов» неологизмы классифицируются по степени новизны и семантики. Неологизмы по степени новизны делятся на *абсолютные* и *относительные*.

Абсолютные неологизмы – это новообразования, которые ранее не использовались в языке, например, *слоган, мейнстрим, ростер, бистрономия, кардинг* и тому подобные.

К группе относительных неологизмов относятся слова фактически не новые для языка. К такой группе относятся устаревшие или малоупотребительные слова, которые вернулись в современный язык, не утратив своего истинного значения: *муниципалитет, мэр* и тому подобные.

По виду языковой единицы неологизмы делятся на (классификации) неолексемы, неофраземы и неосемемы.

Неолексемы – это новые слова, которые возникли в языке путём заимствования из другого языка *тостер, секьюрити, роуминг, месседж* (послание), *шейкер, демпинг, лузер* (неудачник).

Неофраземы представляют собой новые фразеологизмы или устойчивые сочетания слов, со своеобразной семантикой или аналитическим сочетанием, значения которых не определяются значением входящих в него слов. Во время перестройки, например, возникли такие фразеологизмы, как *прожиточный минимум, смешная цена, кредит доверия* и тому подобные. [Котелова, 1978, с. 17].

Неосемемы – это новая трактовка старых слов и фразеологизмов. Например в словосочетании «*экология языка (экологияи забон)*», существительное «*экология*» приобрело новое значение – чистота языка;

Неологизмы могут классифицироваться согласно следующим четырём уровням:

1. Неологизмы могут быть классифицированы согласно их функциям. Огромное количество неологизмов могут быть классифицированы как референциальные (относительные) или как выразительные (экспрессивные). Относительные неологизмы – это неологизмы, созданные, чтобы заполнить недостающие пробелы в определённой специальной области. Они произведены, чтобы решить коммуникативные проблемы, например, *dump memory* (стереть память компьютера). Выразительные неологизмы – это неологизмы, разработанные для введения новых форм выражения в беседу, например, *open collar workers* (люди, которые работают дома или осуществляют дистанционную коммуникацию).

2. Неологизмы могут быть классифицированы согласно процессам их образования. Новые слова и выражения, идущие из старых слов и выражений, но с новыми значениями. Например, *killer* (прил. очень холодный, сильный). Ново-созданные слова и выражения, которые придуманы, чтобы описать новые идеи и вещи, например, *I-way* (сокращённая форма информационной супермагистрали), и *411* (последняя информация из сплетен). Заимствованные слова и выражения, например: *masterpiece*, *Mao-tai u haman*.

3. Неологизмы могут быть классифицированы согласно их формированию. Неологизмы в форме, включая следующие структуры: деривации (с префиксами и суффиксами); составы; фразы; усечения (инициалы, акронимы, газетные вырезки, слова с отсечёнными частями). Например, *Perkinology*, *educationese* и *hardscience*. Семантические неологизмы, включающие три типа процессов: расширение или сужение или изменение значения основной формы. Например, *feedback* (обратная связь), (пассивные помехи радиолокационным средствам) (выпадение радиоактивных осадков) *fallout*. Заимствованные неологизмы, которые являются истинными заимствованиями и лингвистическими кальками. Например, *masterpiece*, *perestroika*.

4. Неологизмы могут быть классифицированы согласно их источникам, то есть, согласно тому, откуда они происходят. Научные слова или фразы, созданные, чтобы описать новые научные открытия или изобретения, например: *Bluetooth*, *Broadbandnetwork*, *IW*, *Melatonin*, *Cyberstalking*.

В работе неологизмы также классифицируются согласно тематическим группам к которым они относятся, или в которых они использовались.

а) еда: *macrobiotics* – сырые овощи, рис – сабзавоти хом, биринч; *longlifemilk* – молоко длительного хранения – шире, ки муддати зиёд нигоҳ доштан мумкин аст;

б) одежда: *hipsters* – брюки или юбка с поясом на бедрах – шим ё юбкае, ки дар миёнаш тасма дорад; *treggings* – стиль облегающих женских брюк сродни обтягивающим джинсам [trousers + leggings] – шими занонае, ки мисли шимми чинс часпида меистад;

в) обувь: *flatform* – обувь на толстой плоской платформе – пойафзоле, ки тагаш гафс ва хамвор мебошад; *bandals* (boots + sandals) – обувь, комбини-

рованная из ботинок и сандалий – пойафзоли аз ботинкаву сандалий сохташуда;

г) **одежда:** *fashionista* – женщина-модница, одержимая модой и трендами, которая только носит дизайнерские одежды последней марки – зани олуфта, ки доимо либосҳои орододаи мӯди навинро мепӯшад; *fashionroadkill* – модель, которая спотыкается на подиуме или очень ужасно одетый индивид – модели, ки дар сахна пешпо мехӯрад ё шахси либоси бебез пӯшида;

д) **компьютерные технологии и социальные сети:** *selfie* – a self-portrait photograph – фотоавтопортрет – худрасмгирӣ; *AFK* (away from the keyboard) – отошёл от компьютера (сообщение, посылаемое в случае перерыва в интерактивном взаимодействии) – аз компютер дур аст (паёмаке, ки дар ҳолати қатъи муоширати компютери фиристода мешавад);

е) **общественно-политическая лексика:** *hacktivism* – (хактивизм) подрывное использование компьютеров и компьютерных сетей, чтобы продвинуть политическую повестку дня – истифодаи компютер ва шабакаҳои компютерӣ барои харобкорӣ баҳри комёб шудан ба ҳадафҳои сиёсӣ;

ё) **Социальная жизнь:** *Tosuperize* – увеличить что-то в разы (особенно о еде) – бисерафзоии чизе;

ж) **профессия:** *image-maker* – создатель образов, формирующихся в общественном или индивидуальном сознании (вошло в русский язык «имиджмейкер» на волне американизации – қиёфасоз;

з) **Профессии, относящиеся к разговорному стилю:** **Blogger** – пользователь ведущий блог – блоггир, шахсе, ки бо блог кор мекунад

и) **Сленговые выражения.** *Mobber* – человек, совершающий неординарные поступки на публике, эпатазирующий её – худнамо, оммагир, шахсе, ки дар байни омма рафтори ғайримӯқари бебез мекунад;

В результате семантического исследования выяснилось, что неологизмы тематики компьютерные технологии и социальные сети превалирует другие тематики - 123 неологизмов, профессия - 70, социальная жизнь – 56, сленговые выражения 20.

Как видно из приведенных примеров, как в английском, так и в таджикском языках неологизмы употребляются в основном общими положениями, ибо неологизм везде и всегда считаются одним из основных источников обогащения любого языка. Так, например, пути появления этих категорий в обоих изучаемых языках одинаковы. В таджикском языке немало семантических неологизмов, такие как *мушак* – мышка компьютера, *пайконак* – флешка, *оина* – экран компютера и др.

Глава III. «Функциональный аспект исследования неологизмов английского и таджикского языков» охватывает два раздела. В первом разделе «Текстообразующий потенциал неологизмов в сравниваемых языках» рассматривается функциональный аспект данных единиц в речевой цели, в составе текста и текстообразующие особенности неологизмов.

В данной части работы предпринимается попытка проанализировать текстообразующие функции неологизмов на уровне текста как единицы коммуникации. Анализируя истоки возникновения лингвистики текста, О.И. Москальская справедливо отмечает, что глобальный отход от структурализма и антиментализма в языкознании дал мощный толчок к изучению содержательного аспекта языковых единиц и проложил путь к развитию семантики, теории речевой деятельности (психолингвистики), социолингвистики, прагматической лингвистики, лингвостилистики, т.е. наук изучающих механизм порождения речи и различные аспекты речевой деятельности, в том числе, и в первую очередь, её социальные аспекты. В данной ситуации целое речевое произведение – текст – предстал как фокус, в котором скрещиваются все эти подходы к языку. Он оказался не только исходным материалом для названных направлений лингвистического поиска, но и определил предмет одного из них – предмет лингвистики текста [Москальская 1981, с.9].

Возросший интерес к исследованию текста как нового объекта в языке наблюдается в эти годы и среди зарубежных лингвистов. Среди них можно назвать Х. Вайнриха, Фр. Данеша, В. Дресслера, Х. Изенберга, М.А. Халлидея, Р. Харвега, П. Хартманна, работы которых посвящены исследованию различных аспектов текста.

Тексту как единице коммуникации высшего порядка присущи такие свойства как *целостность*, или *когерентность*, и *связность*.

Когерентность текста обеспечивается тесной взаимосвязью его составляющих, органическим сцеплением его частей («когерентность» от лат. *cohaerens* – связный, взаимосвязный). Она проявляется одновременно в виде структурной, смысловой и коммуникативной целостности, которые соотносятся между собой как форма, содержание и функция. [Москальская 1981 с.17].

Другим важным свойством текста является его связность. Она обеспечивается различными путями и средствами, которые носят фонетический, лексический, грамматический, стилистический, коммуникативный и семантический характер. Все они служат внутренней организации текста.

Перейдём к непосредственному анализу текстообразующих свойств неологизмов, функционирующих в английском и таджикском языках. Анализ проводился на материале текстов из газет “Daily Mail”, “New York Times”, “Адабиёт ва санъат”, «Омӯзгор», «Тоҷикистон» и др.

Выбор данных источников обусловлен следующими факторами:

Во-первых, информация, излагаемая в данных изданиях не просто констатируется, сообщается и описываются факты, события и явления общественно политического, культурного, образовательного и научно-популярного характера, но часто содержит интерпретацию, анализ, размышления и рассуждения, эмоционально-оценочное отношение к сообщаемым фактам и событиям;

Вторая особенность заключается в том, что читатели указанных газет – люди разного возраста, образовательного уровня социального происхождения и зачастую имеют разные политические взгляды.

В газетно-публицистических текстах должны учитываться разные уровни информированности, мышления, разные вкусы и потребности своих читателей. Все эти моменты существенным образом увеличивают нагрузку общественного информирования, воспитания, просвещения, эмоционального воздействия, убеждения читателей и в явной или скрытой форме побуждают их к действию.

Обратимся к тексту статьи из газеты «Омузгор» №28 от 12.07.2018 под названием «Суду зиёни интернет».

Как видно, уже в самом заголовке употребляется неологизм «интернет», который вошел в словарный состав таджикского языка в начале XXI века как заимствованное слово из английского через русский, и используется сегодня активно в различных сферах общественной жизни. Заголовок как главная тема данного текста выполняет особую функцию, он является коммуникативной единицей и вместе с корпусом текста составляет текстовое единство.

В данном случае неологизм «интернет» в составе заглавия текста («Суду зиёни интернет») определённым образом сигнализирует о содержании текста, приглашая читателя ознакомиться с той информацией, которую содержит данный текст.

Поскольку в статье речь идёт о положительных и отрицательных сторонах интернета в жизни современного общества, то эта мысль повторяется и разворачивается на протяжении всего текста. Например, уже в зачине текста (во введении, abstract) подчеркивается польза интернета: *(1) Интернет восмитаест, ки хонандаро бадунёи рангину афсонави илму маърифат ҳидоят мекунад. (2) Он ба мо имконият медиҳад, ки маълумоти дилхоҳро дастрас намоем. («Интернет является средством, которое приглашает нас в красочный и волшебный мир науки и знаний. Он даёт нам возможность получить желаемую информацию»)*. Далее, первые четыре предложения текста содержат напоминание о роли интернета в профессиональной деятельности представителей различных профессий и слоёв общества. В середине текста прослеживаются сверхфразовые единства, в которых параллельно, в определённой последовательности представлена информация об упомянутых свойствах данного средства современной информационной технологии. Конец текста завершает переключку обобщающим предложением, в котором повторяется неологизм «интернет»: *«Яъне истифодаи самаранок ё бесамари интернет ба шуур ва мафкураи хар як фард вобастагии зич дорад» («Плодотворное или бесполезное использование интернета тесно связано с сознанием и идеологией каждого человека»)*.

Таким образом, новое слово «интернет», переключаясь в содержательной структуре текста и используя в указанных позициях, как-бы цементи-

рует его в содержательном и структурном планах и вносит тем самым существенный вклад в когерентность текста как важного его свойства.

В анализируемом примере неологизм «интернет» повторяется 25 раз в различных морфологических формах и синтаксических функциях. Неоднократный повтор данной леммы образуют топик и топикальную цепочку, которая обеспечивает семантическую целостность текста

В лингвистической литературе неоднократно подчеркивалась роль лексического повтора как способа связи между предложениями целого текста. Иными словами, лексическому повтору (в его различных формах и вариантах) отводится роль одного из средств текстообразования. «Один из наиболее общих, распространённых способов связи самостоятельных предложений, отвечающих характеру, природе предложения как структурно законченной единицы, заключается в повторении, развёртывании части структуры какого-либо члена предыдущего предложения в последующем» [Солганик 1991, с.42].

Соотношение совпадающих лексических членов смежных предложений и создаёт между ними грамматическую (синтаксическую) связь, что наиболее ясно обнаруживается в лексическом повторе [Солганик 1991, с.57].

Рассмотрим наиболее характерные случаи лексического повтора, образующие цепную связь¹ в анализируемом тексте:

Микротекст 1.

- (1) Имруз сайёҳ барои ба як давлат сафар кардан аввал **ба воситаи интернет** аз ваъзият ва обу ҳавои он кишвар огоҳ шуда, баъдан тасмими рафтандро мегирад.
- (2) Омӯзгор барои гузаронидани дарсҳои илмӣ-амалӣ ва тарбиявӣ маълумотро аз **интернет** дастрас мекунад.
- (3) Табиб барои сайқал додани дониши худ рӯ ба интернет меорад.
- (4) Тоҳир моли худро ба воситаи интернет савдо мекунад...
- (5) Имрӯз дар дунё зиёда аз 3,6 миллиард нафар аз интернет истифода мебаранд.
- (6) Ҳамзамон, шабакаи мазкур ба як қисми муҳими ҳаёти ҷавонони имрӯза табдил ёфтааст.
- (7) Аксари ҷавонон, хусусан донишҷӯён, интернетро ҳамчун сарчашмаи асосии манбаъ, маълумот ва иттилоот истифода мебаранд.
- (1) Сегодня турист с целью совершить путешествие в какую-либо страну сначала с помощью Интернета узнаёт о состоянии погоды в данной стране, затем решает ехать.
- (2) Преподаватель с целью проведения лекционных и практических занятий, а также воспитательных мероприятий получает необходимую информацию из Интернета.
- (3) Врач для совершенствования своих знаний обращается в Интернет.

¹ О роли цепной связи в текстообразовании см: Г.Я. Солганик. Синтаксическая стилистика. (Сложное синтаксическое целое). Изд-е второе, испр. И доп. М.; Высшая школа 1991. Гл 2

- (4) Предприниматель продаёт свой товар с помощью Интернета.
- (5) Сегодня более чем 3,6 миллиарда человек пользуется Интернетом.
- (6) В то же время данная сеть превратилась в важную часть жизни сегодняшней молодёжи.
- (7) Большинство молодых людей, особенно студенты, использует Интернет в качестве главного источника информации и знаний).

В данных микротекстах неологизм «интернет» используется повторно в синтаксических функциях обстоятельства образа действия в предложении (1) и дополнения в предложениях (2) и (7), что обеспечивает смысловую связь между предложениями. Благодаря подчеркнутости порядком слов (месту их в предложении) обстоятельство и дополнение несут значительную смысловую нагрузку и вносят существенный вклад в создание смысловой целостности данных микротекстов.

В разделе 3.2. «**Прагматические особенности неологизмов в английских и таджикских газетных текстах**» анализу подвергаются прагматические особенности функционирования неологизмов в английских и таджикских публицистических текстах, и в основном газетные тексты рекламного характера. Основанием выбора газетных рекламных текстов определяется тем, что публицистические тексты (в число которых несомненно входит также газетный рекламный текст) являются одним из важнейших средств коммуникации.

Несомненным является тот факт, что в процессе коммуникации человек пользуется знаками языка: При этом он намеренно выбирает языковые средства соответственно своим коммуникативным целям, создаёт высказывание и одновременно выражает своё отношение к данным средствам. Отправляя своё высказывание получателю, говорящий намеревается воздействовать с помощью языковых средств на сознание и эмоциональный мир партнёра по коммуникации и вызывает у него ответную реакцию в форме физического или, чаще всего, речевого действия. Здесь реализуется отношение языкового знака к его пользователю. Таким образом осуществляется отношение между языковым знаком и его пользователем – человеком. «Это свойство составляет прагматику, включающую все те условия, при которых человек использует языковые знаки. Прагматика становится как бы всеобщим контекстом осуществления речевого акта: [Колшанский 1984, с.129].

На основе вышеизложенных мнений мы определяем прагматическое значение следующим образом: *Прагматическое значение – это компонент семантической структуры слова, который оно приобретает в результате использования его в определённых речевых (иллокутивных и перлокутивных) актах с целью воздействия на реципиента (получателя информации).*

Прагматический аспект присущ любому типу текста но, пожалуй, нигде он не представлен столь же очевидно выпукло и полно, как в текстах, относящихся к стилям массовой коммуникации, в том числе, и в газетном тексте.

Все средства, находящиеся в распоряжении газеты, используются в конечном счете для воздействия на читателя [Наер 1983, с. 57].

Обратимся к примерам:

How Jets with no windows could mean cheaper fares.

By **James Tozer.**

The days of craning your neck to catch a glimpse of the ground through a plane's tiny windows could be numbered.

A British team is working on the first windowless jet that would use state-of-the-art virtual displays to give passengers a panoramic view of their surroundings.

Instead of conventional portholes, cabin would be lined with super-thin 'digital wallpapers' on to which real-time images of fluffy clouds or the distant ground could be projected.

But as well as giving passengers a far better view, removing windows will make aircraft lighter – helping to lower fuel costs and potentially reduce air fares.

The concept could become a reality in less than five years, according to experts at the Centre for Process Innovation in Sedgefield, County Durham.

The screens are made from bendable sheets of plastic as thin as a piece of paper and use semiconductor inks to create moving, glowing images.

Seat-backs could also be coated in the material, enabling in-flight films to be shown on far larger screens than is possible now.

One US firm, Spike Aerospace, has already announced plans for a windowless private jet, the Spike S-512 Supersonic, due to be launched in 2018.

However, it could be a decade or more before the technology is seen on commercial flights.

В данном кратком сообщении из газеты «Daily Mail» («DM», August 27, 2014) речь идет о деятельности британской самолетостроительной компании, планирующей создать в ближайшем будущем совершенно новые самолеты без иллюминаторов, которые станут обслуживать воздушных пассажиров.

Данная статья представляет собой газетно-публицистический текст типа «сообщение»: в ней автор сообщает об определенном факте научно-технического прогресса – возможности создания суперсовременного воздушного судна без иллюминаторов. Фоновые знания читателя позволяют идентифицировать новый летательный аппарат с тем представлением в его сознании о том, что любой самолёт имеет иллюминаторы, через которые пассажир может наблюдать за панорамой вне самолёта.

После прочтения данного сообщения у читателя проявляется *любопытство* и *интерес* к подобному необычному самолёту как летательному аппарату, как к предмету воспринимаемого сообщения. Решающую роль в формировании данной воздействующей функции играют неологизмы «*the first windowless jet*», *state of the art virtual displays... super-thin «digital wallpaper»*, а также целое предложение с неологизмами «*The screens are made from bendable sheets of plastic as thin as a piece of paper and use semiconductor links to create moving, glowing images*». Результатом восприятия может стать перлокутивный

акт «удовлетворение от создания планируемого самолёта с подобными удобствами».

Анализ функционирования неологизмов в данном газетном сообщении свидетельствует о том, что денотативная соотнесённость неологизмов «the first windowless jet, state-of-the-art virtual displays, super thin «digital wallpaper», real-time image ограничивать их употребление рамками коммуникативных ситуаций, связанных с областью самолётостроения, оборудования салонов самолёта. В данных неологизмах закодирован профессиональный параметр их функционирования.

В другой статье из данной же газеты под заголовком «Why crime is really up 50%» («Daily Mail», Aug.27, 2014, p.17) затрагивается тема кибер преступлений, распространившихся по всему миру вследствие широкого использования компьютерной технологии во всех сферах общественной жизни, в том числе, банковского дела, что создаёт условия, которых преступники используют в своих целях.

Таким образом, прагматическая функция использования неологизмов в данной статье состоит в создании отрицательного эффекта – чувства тревоги и беспокойства у читателей – представителей обществности.

После 11 сентября 2001 года, совершение теракта в США на башни Всемирного торгового центра в Нью Йорке, заимствованное из арабского языка слово *jihad* в значении «война, борьба» стало распространённым и продуктивным.

“But jihad can go too far. The Saudi government has condemned the September 11 attacks and arrests jihadists who attempt to enter Iraq. Some Saudi veterans of overseas jihads have adopted one form of the doctrine of takfir, in which a Muslim is judged by another Muslim to be unbeliever” (www.nytimes.com.2008).

В английском языке неологизм *jihadist* образовался от *“jihad”* по словообразовательной модели **N+ist**, т.е. с помощью суффикса *-ist*, образующего существительное со значением лица, называемого по его занятию, профессии, следованию какому-либо учению. В англоязычных текстах данный неологизм имеет уничижительную окраску термина «моджахед» и часто характеризует боевика исламской группы, сторонника образования ИГИЛ. (<http://en.wikipedia.org/wiki/jihad>.)

Помимо этого, от «jihad» образовался неологизм «jihadi» - a person involved in a jihad, an Islamic militant (человек, вовлечённый в джихад, исламский солдат) [ODE new words]

Ср.: «Is this the face of Jihadi John?

Computer experts create image of brutal Islamic State terrorist on the centre of global manhunt.

Computer experts say this is the face of the masked British jihadist who ranted in the gruesome video of US journalist James Foley’s murder» [Daily Mail, August 27, 2014].

Функционирование неологизмов «*jihadi*» и «*jihadist*» в начальном фрагменте данного текста способствует возникновению прагматического эффекта – уничижительного и презрительного отношения к данному «герою».

Появившиеся неологизмы функционируют в различных сферах жизни социума. Так, например, в связи с интенсивным использованием Интернета стали актуальными неологизмы «лайк» (лайк), «лайкинг» и другие производные от них, обозначающие понятия, связанные с данным явлением.

В этом отношении особое внимание привлекает нижеследующий текст (статья из газеты «Минбари халқ» от 20.01.2020, №51.с.12):

Лайкинг: аз тарғиб то масъулият.

Яке аз чолибангестарин мушкilot дар дунёи мағозии интернет «*лайкинг*» мебошад. Падидаи мазкур бо гузашти солҳо аз қолаби хеш баромада, айни ҳол, барои пиёда кардани дигар мақсадҳо мавриди истифода қарор мегирад.

Таърифи умумии «*лайкинг*» (англ. – хуш (писанд) омадан, нағз дидан, форидаи, таҳсин (писанд) кардан, писандидан) чуни наст: «Лайк барои нишон додани мақбулият ва писандидани сурат, матн, маводи аудио – видеоӣ ва дигар маводи дар Интернет нашршуда бозер кардани навиштаи «маъқул» (нравится) ё аломатҳои шартии он, ки ангушти калони болобардоштаи даст ё дили сурх аст, ба қор бурда мешавад.

... Дар фејсбук паҳлуи аломати шартии лайк (like) рақами теъдоди лайкҳои гирифтаи мавод низ нишон дода мешавад. [...]

Айни ҳол, «лайк» дар Фејсбук, Одноклассники, В Контакте, Ютуб, Инстаграм, инчунин, дар бисёре аз блог ва вебсаҳифаҳо низ ба қор бурда мешаванд. ... Дар як муддати кӯтоҳ лайкгузори чунон шӯҳрат қасб менамояд, ки тибқи ҳисоботи омори истифодабарандагони **Facebook** ҳар дақиқа зиёда аз 4 миллион «лайк» мегузаштаанд, дар ҳоле, ки барои ифодаи ҳиссиёти манфи аломате гузошта намешавад. [...]

«*Лайкинг*» ё «*лайкгузори*» имрӯз танҳо ифодагари ташаккуру писандидагӣ набуда, балки як роҳи тарғибу рекламаи ројгони андешаву ашест. Мубаллиғони ҳизбу ҳаракатҳои гуногуни диниву ғайридинӣ, террористиву экстримистӣ, тичоративу иҷтимоӣ ва ғайра аз ин падидаи интернетӣ фаровон истифода мебаранд. [...] Онҳо усули *лайкмониторинг* пеш мегиранд. Яъне, маводҳои идеологии нашр намудаи ҳизбу ҳаракатҳои муайяно бо роҳи «*лайкинг*» таблиғ менамоянд. [...]

Бояд тазаққур дод, ки *лайкгузори* бисёр ҳассос аст ва бо андак расонидаани ангушт аломати шартии «*лайк*» таъйид ва гузошта мешавад. Ин таъйид ва қабули «*лайк*» бидуни огоҳӣ анҷом меёбад. [...]

Истифодабарандаи *саҳифаи интернетӣ* ва *лайкгузор* бояд ҳамеша дар хотир дошта бошад, ки сарфи назар аз огоҳӣ ё ноогоҳона анҷом гардидани ин

амал – «лайкинг», масъулияту чавобгарӣ ҳамеша бар дӯши ўст. Аз ин рӯ, дар ҳама самт бояд ҳамеша эҳтиёткор буд.

Лайкинг: от пропаганды/распространения до ответственности.

Одной из проблем, порождающих противостояние в аллегорическом мире интернета является «лайкинг». Данное явление по прошествии времени вышло из своих пределов и сегодня используется для реализации иных целей. [...]

Общее определение «лайкинг» (англ. – нравиться, любить, быть по вкусу, доставлять удовольствие) звучит следующим образом: «Лайк используется для демонстрации получения удовольствия от изображения/фото, текста, аудио- и видеоматериала и другого помещённого в Интернет материала путём нажатия клавиши «нравится» или условного знака в форме поднятого вверх большого пальца руки или красного сердечка на клавиатуре компьютера.

В Фейсбуке рядом с условным обозначением «лайк» (like) указывается такое число общего количества лайков использованного материала. [...]

В то же самое время «лайк» используется также на сайтах Фейсбук, Одноклассники, В Контакте, Ютуб, Инстаграм, а также во многих из блогов и вебсайтов. [...]

За короткое время помещение лайков приобретает неимоверно широкое распространение. Согласно статистическим данным пользователей Facebook за каждую минуту помещается свыше 4 миллионов «лайк».

Лайкинг или помещение лайка является сегодня не только выражением благодарности, любви и удовольствия, но и одним из путей бесплатного распространения и рекламы вещей и идей. Пропагандисты различных религиозных и нерелигиозных партий, террористических и экстремистских движений, коммерческих и общественных организаций широко пользуются этой возможностью интернета. [...] Они занимаются в первую очередь *лайкингом* (помещением *лайков* в Интернет), то есть распространяют и пропагандируют идеологический материал определённых партий и движений путем «*лайкинг*»-а [...]

Необходимо помнить, что *лайкинг (помещение лайка)* дело очень тонкое и нечаянное касание пальцем условного знака «*лайк*» может привести к его помещению. Подобная помощь и приём *лайка* заканчивается без уведомления (т.е. пользователь Интернета может об этом не знать). [...]

Пользователь страниц Интернета и поместитель лайка должен всегда помнить, что независимо от ведомого или неведомого совершения действия «*лайкинг*»-а ответственность несёт он. Отсюда, во всех отношениях необходимо быть осторожным.)

Следует подчеркнуть, что в данном тексте в формировании основного тематического содержания статьи – роль и место лайкинга как социального явления в жизни общества сегодня – наряду с другими языковыми средствами свой вклад вносят неологизмы *лайк*, *лайкинг* и другие их производные:

дислайк, лайкгузор, лайкгузорӣ, лайкмонӣ, а также иные лексемы (*истифодабарандагони саҳифаҳои интернетӣ, дӯстони интернетӣ, кибербуллинг, паём* и др.), которые прямо или косвенно относятся к данной теме.

В различных контекстах данная группа неологизмов как ключевые слова повторяются неоднократно (они используются в рамках текста 49 раз), создавая лейтмотив текста.

Отдельные фрагменты данного текста несут в себе содержательно-фактуальную информацию ²(далее СФИ).

Ср.: Баъд аз чамъ гаштани дӯстон ному насаб, чинсият иваз ва аксу суратҳо аз сафҳа пок карда шуда, барои истифодаи мақсад омода мегардад ва барои таблиғи ташвиқи маҳсулот ё идеология ба роҳ монда мешавад. Чунки маводи дар сафҳа интишоршуда ба аудитория пешниҳод ва арза мегардад, ки ҳудуди 4-5 ҳазор иштирокчи дорад. [...] Баъди интишори аксу сурат ё дигар мавод (навиштори, аудиоӣ, видеоӣ) «лайкинг нақши меҳвариро мебозад. Яъне аксу сурат ва дигар маводи интишоргардида метавонад бо усули занҷиравӣ вориди дунёи бекарони интернет шавад ва аз доираи дӯстони интернетӣ хориҷ гардида, аз дахҳо то садҳо ҳазор нафар ба онҳо лайк гузоранд ва манзури миллионҳо истифодабарандагони шабакаҳои иҷтимоии интернет гардад.

Мубаллиғон бо вучуди доштани «дӯстон»-и зиёди интернетӣ роҳу усулҳои нав ба навро низ истифода мебаранд. Онҳо ба истифодабарандагони *шабакаи иҷтимоӣ*:

- ба «*лайк*» ё «*классе*» гузоштан таъкид мекунанд;
- ба эҳсосоташон чанг мезананд (динӣ-мазҳабӣ, бечораҳои, хашму ғазаб ва ғ.);
- аз «дӯстони» интернетиашон тавассути паёмканд ё дигарбарномаҳо хоҳиш менамоянд, ки ба маводи интишоркардашон ва ҳатто ба саҳифаҳои пешниҳодкардашон «лайк» ё «класс» гузоранд.

Мубаллиғоне низ дар шабакаҳои иҷтимоии интернет ба назар мерасанд, ки баъди расидани сафи «дӯстон»-ашон ба теъдоди муайяндигар худашон бевосита ба наشري маводашон машғул намешаванд. Онҳо усули лайкмониро пеш мегиранд. Яъне, маводҳои идеологии нашршудаи ҳизбу ҳаракатҳои муайяно бо роҳи «лайкинг» таблиғ менамоянд.

Изучение лингвистической литературы по прагматике газетно-публицистических текстов свидетельствуют о том, что в подобных типах текста наиболее ярко ощущается прагматическая заданность высказывания, так как функция воздействия на реципиента выступает наиболее отчетливо, т.е. данная функция является в них ведущей.

² Термин И.Р.Гальперина (см. И.Р.Гальперин. Текст как объект лингвистического исследования, с.27

Анализ газетных текстов типа «констатирующие сообщения», описательно-технические тексты, тексты проблемно-аналитического и полемико-обличительного характера, в структуре которых функционируют неологизмы соответствующих отраслей, свидетельствует о том, что неологизмы вместе с другими лексико-фразеологическими средствами способствуют формированию у реципиентов эмоционального состояния «любопытство», «проявление интереса», «удовлетворение от создания определённых удобств для человека», возникновению «чувства тревоги и беспокойства», иллокутивных актов «предупреждение об опасности», «рекомендация», «настоятельный совет» и др.

Рекламные тексты относятся к специфическим в системе типологии текстов. Их специфичность проявляется в том, что любой рекламный текст создаётся с целью оказания целенаправленного воздействия на потенциального потребителя и убеждения его в приобретении предлагаемых товаров и услуг. Исходя из этого весь комплекс невербальных (аудиовизуальных) и вербальных средств, среди которых и значатся не в последнюю очередь и неологизмы, подчинены достижению указанной выше цели.

В лингвистической литературе подчеркивается, что смысловая целостность текста проявляется в единстве его темы. Темой целого текста считается смысловое ядро, понимаемое как обобщенное, концентрированное содержание всего текста [Agricola, 1976, с. 15]. В анализируемом тексте общей темой является мысль о пользе и вреде интернета как средства современной информационной технологии. Анализ данного макротекста показывает, что указанная общая тема получает свою реализацию в структуре отдельных микротекстов – сверхфразовых единств (далее: СФЕ). Например, мысль о вреде интернета для его пользователей как более частая тема текста раскрывается в следующих микротекстах (СФЕ):

СФЕ I:		
1.	Бояд қайд қард, ки воситаи алоқа хар қадар пуркувват бошад, барои инсон ҳамон қадар хатарнок ҳама аст.	Следует подчеркнуть, что чем мощнее средство связи, тем опаснее для здоровья человека
2.	Ба ин монанд, <i>интернет</i> низ воситаи хеле неруманд аст.	Подобно этому, интернет очень эффективное средство.
3.	Ин аст, ки <i>интернет</i> низ хатари чиддӣ дорад.	Отсюда, интернет также имеет серьезную опасность.
4.	Барои ҳамин, то кадримон <i>он-робояд</i> эҳтиёткорона истифода бурд.	Поэтому им следует пользоваться осторожно.
5.	Инро ба назар гирифта, 40 давлати узви Шӯрои Аврупо шартномаи байналмилалӣ бар зиддӣ <i>ҷинояти кибернетикиро</i> барои	Учитывая данное обстоятельство, 40 государств членом Совета Европы составили международное соглашение по борьбе с киберпреступностями в целях

	хифзи чомеаи худ тартиб додаанд.	защиты своих обществ.
СФЕ II:		
6.	Як хатари бениҳоят чиддӣ ва асосӣ пахши <i>филмҳои бадахлоқӣ</i> (порнографӣ) дар <i>шабакаи интернет</i> мебошад.	Ещё одной чрезвычайно серьёзной и основной опасностью является распространение порнографических фильмов в сети интернет.
7.	Ин навъ филмҳо ба соҳибонашон дар як сол 2,5 миллиард доллари ИМА фонда меоранд.	Подобные фильмы приносят их хозяевам прибыль в 2,5 миллиардов долларов США в год.
8.	Дар давоми панҷ соли охир <i>сайтҳо</i> ва <i>саҳифаҳои веб-порнографӣ</i> қариб 19 маротиба афзудаанд.	В течение последних пяти лет сайты и веб-порнографические страницы возросли в 19 раз.
9.	Тибқи баъзе маълумот, ҳоло саҳифаҳои порнографӣ зиёда аз 260 миллионро ташкил медиҳанд ва ин шумора бо суръати баланд зиёд шуда истодааст.	Согласно некоторым данным, ныне порнографические страницы составляют более 260 миллионов и это количество увеличивается ускоренными темпами.

В приведённых сверхфразовых единствах (СФЕ I и СФЕ II) микротема «вред интернета» реализуется в структуре предложения (1) «... воситаи алоқа ҳар қадар пурқувват бошад, барои инсон ҳамон қадар хатар ҳам дорад»; предложений (2) «Ба ин монанд, интернет низ воситаи хеле нерӯманд аст» и (3) «... ки интернет низ хатари чиддӣ дорад». В этих предложениях разворачиваются причинно-следственные отношения логического единства «вред интернета». Далее, неологизм «интернет» используется в структуре предложений (3), (5), (6), (8), (9) с определёнными лексемами, входящие в данную тематическую группу (Ср.: Хатари чиддӣ интернет (3) серьёзная опасность интернета; зидди чинояти кибернетикӣ (5) – против киберпреступлений; пахши филмҳои порнографӣ дар шабакаи интернет (6) – распространение порнографических фильмов в сети интернет; сайтҳо ва веб-саҳифаҳои порнографӣ (8), (9) – порнографические сайты и веб-страницы). Они занимают в предложениях СФЕ позицию ремы и доносят до сознания читателей новую информацию о вреде интернета для его пользователей.

В **Заключении** следует сказать, что лексика является самой подвижной частью любого языка, поскольку именно на неё влияют различные экстралингвистические факторы, изменения, которые непосредственно связаны с миром идей, происходящих в жизни человечества. Следовательно, тему употребления неологизмов можно считать весьма актуальной, поскольку, по нашему мнению, в настоящем время любой язык наиболее пополняется новыми лексическими единицами за счёт средств массовой информации. Одним

из основных источников появления новых слов является т.н. «всемирная паутина» или Интернет, т.к. неологизмы в этой среде возникают со стабильным постоянством. Именно поэтому вся работа проводилась на основе собранного материала из живого журнала [www.livejournal.ru], который до сих пор остаётся самой популярной блого-системой во всём мире.

В ходе исследования было выявлено 467 новых лексических единиц в таджикском и русском языках, в которые вошли новообразования с общими препозитивными и постпозитивными элементами. Нами определены способы их происхождения в процессе работы над диссертацией.

Выявленными таджикскими неологизмами являются:

- заимствования из иностранных языков – 312 (из них: сленговые выражения – 41)
- слова, образованные по моделям русского словообразования – 204 (из них: сленговые выражения – 7, окказионализмы – 16).

Заимствование из иноязычной лексики является естественным и закономерным процессом, т.к. у людей возникают потребности называть новые предметы, изобретённые в других странах, обозначить новое понятие, появившееся в обществе. Такой процесс обогащает лексику языка, и по нашему мнению, не наносит особого вреда, т.к. одновременно сохраняется и основной словарь языка.

Можно констатировать тот факт, что, как и ранее, в настоящее время, образование новых слов обусловлено изменением государственного и экономического устройства, общественно-политических условий, культурным сближением стран и научно-техническим прогрессом. В итоге, в языке закрепятся только самые удачные неологизмы, а остальные так и останутся за пределами нормативного языка.

Итак, в результате исследования мы пришли к следующим **выводам**:

1. Неологизмами считаются новые слова и словосочетания, созданные для обозначения новых понятий и реалий, имеющие политический, научный или общеупотребительный характер, а также лексемы, образованные по действующим в языке словообразовательным моделям и законам или заимствованные из других языков и обслуживающие различные аспекты жизни общества, с целью удовлетворения его коммуникативных потребностей.
2. Любой язык исследуется системно в качестве неотъемлемого компонента цепочки взаимоотношений между природой, обществом и человеком. Вследствие того, что язык непосредственно связан с определённой культурой, одновременно с «мёртвым языком» исчезает также и культура, которой он принадлежит.
3. Основным фактором, влияющим на формирование новых слов, является наиболее релевантным «возникновение новых реалий в жизни человека, нуждающихся в номинации», в следствие которого по-

рождается наибольшее количество неологизмов, обладающих национально-культурной маркированностью. Без знания экстралингвистической ситуации чрезвычайно трудно перевести неологизм с одного языка на другой. Знание языка не достаточно чтобы найти подходящего варианта слова в переводном языке.

4. Словообразование является одним из широко распространенных путей создания новых слов – неологизмов.
5. В таджикском языке наблюдается ряд семантических неологизмов, который преобладает над другими видами образования новых слов.
6. Несмотря на свою разноструктурность, английский и таджикский языки имеют много общности и идентичности в употреблении неологизмов разного типа, что способствует развитию общелингвистических черт разносистемных языков.
7. В текстах общественно-социального характера с использованием новых слов наиболее ярко ощущается прагматическая заданность высказывания, так как функция воздействия на реципиента выступает наиболее отчетливо, т.е. данная функция является в них ведущей.
8. В структуре соответствующих текстов неологизмы функционируют:
 - а) в позиции ремы предложений,
 - б) в качестве лексического повтора и, соответственно
 - в) служат средством связности текста,
 - г) создают своеобразный лейтмотив текста,
 - д) выступают в качестве рематической доминанты текста.
9. Неологизм – это метафорически или метонимически переосмысленные лексические единицы. Подобная семантическая трансформация усиливает их убеждающую функцию и в позиции ремы предложения активно участвуют в формировании главной цели рекламного текста – иллюкутивного речевого акта убеждения.
10. Неологизмы входят в число важных прагматических средств воздействия на реципиента и являются одновременно лексическими средствами текстообразования.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Виноградов С.И. Русский язык эпохи НТР: споры, мнения, оценки / С.И. Виноградов // Русская речь. – 1986. – №1. – С.11-20.
2. Заботкина В.И. Когнитивно-прагматический подход к неологии. / В.И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989. –126 с.
3. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка. – М.: Наука, 1984. – 175с.
4. Котелова Н.З. Первый опыт описания русских неологизмов / Н.З. Котелова // Новые словари и словари новых слов. –Л., 1978. -97с.

5. Москальская О.И. Грамматика текста. Пособие по грамматике немецкого языка для институтов и факультетов иностранных языков. –М.: Высшая школа, 1981 –183с.
6. Музофиршоев М.О. Неологизмы и способы их образования в современном таджикском литературном языке (на материале периодической печати 90-ых гг. XX и начала XXI веков): дисс. канд. филол. наук. / М.О. Музофиршоев. – Душанбе, 2012. – 174с.
7. Наер В.Л. Прагматические аспекты языка газеты // Лингвистика и методика в высшей школе (XI) Сб. науч. Тр. МГПИИЯ им. М.Тореза. Вып. 205. – М.: 1983. – С.49-58.
8. Наджмиддинов А.Ф., Особенности образования новых слов в английском и таджикском языках: Автореф. дис:… канд. филол. наук / А.Ф. Наджмиддинов. – Душанбе, 2015. – 24с.
9. Попова Т.В. Русская неология и неография: учеб. Текстовое издание / Т.В. Попова. – Екатеринбург: изд-во Урал. ун-та, 2005. – 96с.
10. Розен, Е.В. Новая лексика в современном немецком языке / Е.В. Розен // Ин. Яз. В шк. -№4. –1966 -С.53-61.
11. Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика. (Сложное синтаксическое целое). Изд. 2-е, исправленное и дополненное. М.: Высшая школа, 1991. -184с.
12. Хадеева-Быкова А.А. Об одной модели порождения неологизмов: (на материале английского языка) / А.А. Хадеева – Быкова // Межвузовская конференция по порождающим грамматикам: Тез. Докл. – Тарту, 1967. – С.112.
13. Черепанов А.Т. Англо-русский словарь сокращений по компьютерным технологиям, информатике, электронике и связи / А.Т.Черепанов. – СПб.: БХВ-Петербург, 2009. – 800 с.
14. Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 p.

**Основные положения диссертации отражены
в следующих публикациях автора:**

1. Раупова, Ш.М. Основные способы словообразования неологизмов в разносистемных языках / Ш.М. Раупова /Вестник Таджикского национального университета – Душанбе, 2017 №2 – С.71-77
2. Раупова, Ш.М. Экстралингвистические факторы появления новых слов в разносистемных языках /Ш.М. Раупова/Вестник Таджикского национального университета – Душанбе, 2017 №4/7– С.105-110
3. Раупова, Ш.М. Влияние интернет-аффиксов на компьютерных неологизмов и появление новых концепций / Ш.М. Раупова / Вестник ТГУПБП – Худжанд, 2018 №2 (75) – С.123-129
4. Раупова Ш.М. // Перевод неологизмов (новых слов). Молодёжь и проблемы современного общества: Материалы научно-практической конферен-

- ции профессорско-преподавательского состава, магистрантов и студентов ТГУПБП. (г. Худжанд, 18 мая 2017).– Худжанд: Дабир, 2017. – С. 448-452.
5. Раупова Ш.М., Пулодова Н.Ю. // Терминообразование в разносистемных языках (в таджикском и английском языках). Актуальные вопросы преподавания и изучения языков в современном поликультурном и полилингвальном образовании: Материалы международной конференции. (г. Душанбе, 26-27 апреля 2018).– Душанбе: Нигор, 2018. – С. 120-124.
 6. Раупова Ш.М. // Разные пути образования неологизмов в разносистемных языках. Наука и инновация для осуществления национальных приоритетов: Материалы научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, магистрантов и студентов ТГУПБП. (г. Худжанд, 25-27 апреля 2017).– Худжанд: Дабир, 2018. – С. 500-507.
 7. Раупова Ш.М.//Неологизмы в английских газетах. Наука и инновация для осуществления национальных приоритетов: Материалы научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, магистрантов и студентов ТГУПБП. Часть 2 (г. Худжанд, 24-25 апреля 2019).– Худжанд: Дабир, 2019. – С. 134-137.
 8. Раупова Ш.М. // Способы передачи неологизмов. Наука и инновация для осуществления национальных приоритетов: Материалы научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, магистрантов и студентов ТГУПБП. Часть 3 (г. Худжанд, 22-25 апреля 2020).– Худжанд: Дабир, 2020. – С. 278-281.

Список сокращений

СФЕ – сверхфразовое единство

СФИ – содержательно актуальная информация

Подписано в печать __.01.2021. Формат 60x84¹/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура Times New Roman Tj.
Усл. печ. л. __,__. Тираж _00 экз. Заказ №__.

ООО “ЭР-Граф”.
734036, г. Душанбе, ул. Р. Набиева, 218.
Тел.: (+992 37) 227-39-92. E-mail: rgraph.tj@gmail.com