

НЕОЛОГИЗМЫ В ЭКОСИСТЕМЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Д. О. Алимбеков (Уфа, Россия)

С развитием социальных сетей произошли значительные изменения в способах ведения политического дискурса. Онлайн-платформы изменили характер общения в политической сфере. Благодаря этому неологизмы приобретают все большее значение в политической коммуникации. Неологизмы – это новые слова или выражения, которые появляются и быстро распространяются, часто отражая текущий социально-политический климат. В данной статье рассматривается, какую роль играют неологизмы в англоязычном политическом медиадискурсе, в частности в экосистеме социальных сетей.

Корейский лингвист Чой Джунг-Вха определяет неологизмы как “слова, которые были созданы недавно” и “новые слова и словосочетания, которые обычно используются в речи, но не включены в словари” [3, с. 189]. Французский лингвист Ален Рей утверждает, что неологизм – это “единица словарного запаса, слово или словосочетания, ранее не существовавшее как языковая единица на предшествующей стадии развития языка” [7, с. 77].

Согласно мнению словацкого лингвиста Павола Штекауэра, неологизм – это “номинативная единица, которая была придумана для удовлетворения лингвистического спроса, будь то спрос отдельного члена речевого сообщества или определенной части данного сообщества” [8, с. 101]. Таким образом, идея создания неологизмов является результатом потребностей речевого сообщества. Неологизмы всегда использовались и используются для целей, связанных с политическими, социальными и экономическими изменениями. Идею Штекауэра поддерживает каталонский лингвист Тереза Кабре, заявляя, что создание новых слов является основной потребностью в меняющемся мире.

В своих трудах Кабре утверждает, что лучшим способом определения неологизма является “гибридный” подход, который учитывает все критерии определения понятия неологизма (психологический критерий, лексикографический критерий, диахронический критерий). В связи с этим можно выделить три типа неологизмов. Это неологизмы, псевдонеологизмы и семантические неологизмы [2].

Неологизмы обозначают совершенно новое понятие с новым смыслом. Псевдонеологизмы обозначают языковую единицу, приобретающую новый смысл, но у которой при этом сохраняется предыдущее значение, причем как новый смысл, так и старый равноправны. Семантические неологизмы обозначают слово, существующее значение которого полностью заменяется на новое. В данном случае рассматриваются неологизмы, известные широкому кругу пользователей языка. Некоторые ученые также утверждают, что неологизмы можно определить как “недавно сформировавшиеся лексические единицы или существующие лексические единицы, которые приобретают новое значение” [7, с. 140]. Выделяются следующие типы неологизмов: устоявшиеся слова с новым значением, производные слова, новые слова и словосочетания, эпонимы, аббревиатуры, заимствования, акронимы и псевдонеологизмы.

Говоря про понятие языковой экосистемы, стоит отметить, что первопроходцем в экологии языка является американский лингвист XX века Эйнар Хауген. В своих трудах Хауген определяет эколлингвистику как “изучения взаимодействия языка и его окружения, т. е. людей, использующих язык в различных сферах жизни” [4, с. 43–44]. В данном случае язык рассматривается под влиянием определенных “экологических” факторов, возникающих в процессе взаимодействия пользователей социальных сетей.

Социальные сети в последние годы позволили многомиллионной аудитории пользователей высказывать свои мысли и взгляды, касающиеся политических тенденций во всем мире. Если рассматривать именно англоязычный сегмент интернета, в данном случае пользовате-

лей из США, то можно заметить следующие тенденции в политическом медиадискурсе: заинтересованность пользователей в процессе и результатах проведения президентских выборов, озабоченность социальной и экономической политикой государства, а также расслоение среды пользователей социальных сетей на почве политических и социоэкономических взглядов.

Если говорить о вовлеченности пользователей социальных сетей в процесс проведения президентских выборов в США, стоит отметить, что в последние годы именно соцсети стали основной площадкой для проведения кандидатами предвыборных агитационных кампаний ввиду более широкого охвата аудитории и низких затрат по сравнению с очным форматом. Вследствие этого на период проведения выборов пользователи социальных сетей разделяются на два (или более) противоположных лагеря в плане поддержки кандидатов. Например, в период проведения президентских выборов 2020 года кандидат от Республиканской партии Дональд Трамп проводил активную агитационную кампанию в социальных сетях, что повлекло за собой появление множества неологизмов, связанных с его персоной. Среди них можно выделить такие, как GEOTUS и Trumpire [6]. GEOTUS – это акроним от английского God emperor of the United States, образованное по аналогии с POTUS (President of the United States), с отсылкой на вселенную фэнтези-игры Warhammer 40000, в которой лидером человечества является Бог-император. В данном случае сторонники Трампа приписывают ему сверхъестественные лидерские качества и красноречие. Trumpire же в дополнение к этому образовано от слов Trump и Empire и обозначает политику, в которой управление государством осуществляется схожим образом с управлением крупной компанией. Если же говорить о победителе вышеназванных выборов Джозефе Байдене, то стоит отметить появление различных неологизмов, связанных с неоднозначными решениями офиса президента в первые месяцы правления. Многие пользователи критиковали политику Байдена, однако находились и те, кто заявлял, что это часть большого плана. В среде сторонников Джо Байдена и сформировался неологизм Dark Brandon [11]. Изначально использование неологизма носило насмешливый характер, но со временем значение кардинально изменилось, трансформировавшись в “политика президента, направленная на радикальное и стремительное решение поставленных задач, а также безжалостное отношение к политическим соперникам”.

Переходя к тенденции к возрастанию заинтересованности пользователей социальных сетей в вопросах социальной и экономической политикой государства, можно заметить, что в большинстве случаев наблюдается дифференциация пользователей на сторонников и противников разного рода социоэкономических изменений. Например, во время беспорядков 2020 года в США особую популярность в социальных сетях набрал неологизм antifa, обозначающий движение, борющееся насильственными способами с тем, что, по их мнению, является проявлениями фашизма. В то же время возникло движение, получившее в соцсетях название anti-antifa, стоит, однако, отметить, что данное сообщество людей боролось лишь против актов неоправданного насилия со стороны “антифы” [9]. Стоит также отметить, что в среде пользователей социальных сетей сформировались два основных лагеря политически ангажированных людей. Первые – это люди, поддерживающие леволиберальную политику правящей партии, получившие название woke [5]. Woke описывает человека, который чересчур активно и даже слепо поддерживает неоднозначную политику американской демократической партии. С другой стороны политического спектра находится группа людей, обобщенная названием alt-right [10]. Данный термин не имеет четкого определения и чаще всего используется для описания противников леволиберальной политики правительства США. Другим неологизмом для обозначения более радикальных представителей данной прослойки пользователей является Grouper [9]. Данная единица используется для обозначения людей с нацистскими и фашистскими взглядами. В данной категории стоит также упомянуть произошедшую в последние годы вспышку неологизмов, имеющих антисемитскую окраску, в связи с тем, что в настоящий момент уровень антисемитизма в США только растет. В качестве примера можно привести такие неологизмы, как Goyslop или ZOGslop, 109/110 [1].

Goyslop или ZOGslop (от англ. ZOG – Zionist Occupation Government) обозначают низкокачественную и вредную для здоровья массово производимую еду. По мнению праворадикальных пользователей социальных сетей, это является частью мирового еврейского заговора. Наборы цифр 109 или 110 сформировались из-за набравшей популярность в последнее время теории заговора, что евреев на протяжении всей истории изгнали из 109 стран, и, соответственно, праворадикалы призывают изгнать их и из США, которая должна стать 110 страной. Углубляясь в изучение неологизмов-цифр, следует также отметить популярную в праворадикальной среде единицу 13/52, сокращенное написание фразы “афроамериканцы составляют 13 % от населения США, однако ответственны за 52 % совершаемых насильственных преступлений”. В среде леволиберальных пользователей социальных сетей популярны неологизмы, касающиеся толерантного отношения к представителям национальных меньшинств, например РОС (people of color) для обозначения представителей темнокожих и других представителей нацменьшинств, Latinx для обобщенного обозначения латиноамериканцев. Однако стоит отметить, что агрессия по отношению к людям с отличающимися взглядами также свойственна данной категории пользователей. Например, неологизм Cisboring – негативное описание людей, состоящих в гетеросексуальных отношениях [5].

Подводя итог всему вышесказанному, стоит отметить, что неологизмы стали неотъемлемой частью англоязычного политического медиадискурса, предоставляя пользователям уникальную возможность выразить свои взгляды, продемонстрировав собственную индивидуальность. При рассмотрении современных тенденций, наблюдаемых в социальных сетях, прослеживается прямая аналогия с тенденциями экологическими, т. е. влияние среды на язык схоже с влиянием среды на индивида. Следовательно, изучение неологизмов с точки зрения эколингвистики является актуальным направлением исследований. Анализируя и понимая роль неологизмов в политической коммуникации, можно получить ценные данные, касательно динамики развития англоязычного политического медиадискурса. В настоящий момент самыми затрагиваемыми сферами политического англоязычного дискурса являются процессы и результаты проведения президентских выборов, социальная и экономическая политика государства, а также расслоение среди пользователей социальных сетей на почве политических и социоэкономических взглядов. Это способствует формированию неологизмов, специфичных для данной сферы межличностного общения.

Библиографический список

1. ADL Hate Symbols Database [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.adl.org/>. – Date of access: 21.08.2023.
2. Cabré, M. T. Terminology: Theory, methods and applications / M. T. Cabré. – Philadelphia: John Benjamins Publishing, 1998. – 248 p.
3. Choi, J. Interpreting neologisms used in Korea's rapidly changing society [Electronic resource] / J. Choi // Meta. – 2006. – № 2. – Mode of access: <https://www.erudit.org/fr/revues/meta/2006-v51-n2-meta1279/013250ar/>. – Date of access: 20.08.2023.
4. Haugen, E. The Ecology of language. Essays by Einar Haugen / E. Haugen. – Stanford: Stanford University Press, 1972. – 366 p.
5. Lefty Lingo [Electronic resource]: Harper's Magazine. – Mode of access: <https://harpers.org/archive/2019/12/lefty-lingo/>. – Date of access: 23.08.2023.
6. Oxford dictionary considers including wave of Trumpian neologisms [Electronic resource]: The Guardian. – Mode of access: <https://www.theguardian.com/books/2017/jan/30/oxford-dictionary-donald-trump-neologisms>. – Date of access: 23.08.2023.
7. Rey, A. Essay on terminology / A. Rey. – Amsterdam: John Benjamins Publishing, 1995. – 223 p.
8. Stekauer, P. On the theory of neologisms and nonce-formations [Electronic resource] / P. Stekauer // Australian Journal of Linguistics. – 2002. – № 22. – Mode of access: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07268600120122571>. – Date of access: 23.08.2023.

9. The alt-right is creating its own dialect. Here's the dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://qz.com/1092037/the-alt-right-is-creating-its-own-dialect-heres-a-complete-guide>. – Date of access: 19.08.2023.
10. The Rice University Neologisms Database [Electronic resource]. – Mode of access: <https://neologisms.rice.edu/index.php?a=term&d=1&t=20984>. – Date of access: 19.08.2023.
11. Urban Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.urbandictionary.com/>. – Date of access: 19.08.2023.

РАЗВИТИЕ ГИБКИХ НАВЫКОВ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕБОВАНИЙ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

***И. А. Андреева (Армавир, Россия)
П. К. Лещенко (Армавир, Россия)***

Младший школьник достаточно пластичен в плане формирования гибких навыков, поскольку этому возрастному периоду свойственны повышенная активность и высокая творческая направленность в ведущей деятельности (учебно-познавательной).

Во ФГОС НОО представлен набор следующих ключевых (гибких) компетенций для выпускника начальной школы, характеристика которых выделена А. В. Хуторским: учебно-познавательные; информационные компетенции: навыки работы с бумажными и электронными носителями информации; ценностно-смысловые и коммуникативные компетенции [2].

Гибким компетенциям отводится существенная роль и в документе «Россия 2025: от кадров к талантам», в контексте которого спроектирована «целевая модель компетенций 2025» [1].

Чтобы не преодолевать последствия дефицита высококвалифицированных кадров в будущем, следует уделять существенное внимание формированию гибких навыков уже в раннем школьном возрасте, и, соответственно принципам И. Г. Песталоцци, девиз современной школы должен быть сформулирован как: «Обучение с головой, сердцем и рукой», что будет отвечать цели всестороннего развития человеческой природы [5, с. 56].

Уроки английского языка в наибольшей степени дают возможность делать это, не напрягая детей, в контурах школьной программы, интересно организуя и проводя уроки.

Динамический характер современного мира требует от учителя способности адаптации и приверженности новым методам обучения. Навыки, формируемые образовательной системой, разделены на две базовые категории: hard- и soft-навыки. Hard-навыки можно легко заметить и продемонстрировать – это умение читать, владеть языком. Soft-навыки включают в себя особые навыки, обеспечивающие эффективность использования и демонстрации hard навыков. Такие soft-навыки желательны практически во всех сферах деятельности и детерминируют командную работу, помогают поиску и обработке информации, ведут к успеху в решении проблемных ситуаций, общении; планировании и получении нужного результата.

В связи с этим считаем важным сделать акцент на развитии «мягких» навыков в школе в плане установки на дальнейшую успешную профессионализацию. Веками создаваемая педагогическая система требует пересмотра: обучение следует уводить от заучивания материала либо повторения однотипных методов в решении проблемных задач.

В то время как для каждой страны базовый набор гибких компетенций несколько различается, общими остаются критическое мышление, навыки коммуникации и совместной работы, творческий подход, навыки адаптации в цифровой среде [3].