

АНГЛОМОВНІ НЕОЛОГІЗМИ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Стаття є розвідкою у англomовну неологію сфери інформаційних технологій. Проаналізовано мовні новоутворення, у яких Інтернет представлено як універсальне джерело інформації; неологізми у сфері Інтернет-спілкування та пов'язані з використанням інформаційних технологій у повсякденному житті. Встановлено, що найпродуктивнішими способами формування сучасних інфонеологізмів є словоскладання, афіксація, телескопія та комбінація різних способів.

Ключові слова: інфонеологізм, неологія, інформаційні технології, Інтернет-спілкування, соціальні мережі, словоскладання, афіксація, телескопія.

Актуальним є дослідження англomовних неологізмів, які відбивають нові поняття зі сфери новітніх технологій.

Мета статті полягає у встановленні сфер, у яких виникають англomовні інфонеологізми, та виявленні найпродуктивніших способів формування останніх.

Мовний **матеріал**, на який спирається дослідження, складають 55 інфонеологізмів, виокремлених методом суцільної вибірки в Інтернет словниках неологізмів та онлайн-статтях.

Сучасні технології, а саме мобільний зв'язок, Інтернет, телебачення тощо стали невід'ємною частиною життя сучасної людини, що призвело до виникнення інфонеологізма (термін запозичено у дослідниці англійської неології М. О. Жулінської [1, с. 363]) *techno-fundamentalism* [2]. Прибічники нової ідеології сповідують беззаперечну віру в те, що новітні технології здатні дати відповіді на будь-які запитання людини.

Ще у 2001 році американський письменник, оратор, викладач та дослідник у сфері освіти Марк Пренскі запропонував два нових терміни: *digital natives* та *digital immigrants* [11, с. 1]. До першої категорії дослідник відносить тих, для кого Інтернет стає невід'ємною частиною життя з дитинства, до другої – тих, хто почав його опановувати у дорослому житті [11, с. 2]. Науковець називає Інтернет сучасною мовою, а ті, хто не володіє нею досконало, мають, на його думку, певний іншомовний „акцент” – *digital immigrant accent*.

Марк Пренскі наводить декілька базових відмінностей між цими двома категоріями людей. По-перше, для „цифрових аборигенів” Інтернет є першим джерелом відповідей на їх запитання. По-друге, на відміну від „цифрових іммігрантів”, „аборигени” не читають посібників про те, як працювати з тією чи іншою комп'ютерною програмою, а розбираються у ній самотужки методом проб і помилок. По-третє, „цифрові аборигени” читають електронні листи з екрану, наприклад, свого *lappy* [13] (цей пестливий інфонеологізм відображає трепетне ставлення до власного ноутбуку), у той час як „іммігранти” їх друкують. По-четверте, для цифрового покоління телефонний

дзвінок із запитанням „Ти читав моє електронне повідомлення?” може виявитися хіба що жартом тощо. Мовним відображенням такого протистояння таборів є поняття *the digital divide*, яке свідчить на користь „аборигенів”, адже останні мають більше інформації та можливостей завдяки Інтернету [11, с. 6].

Сьогодні онлайн гуру прогнозують еволюцію Інтернет-середовища до настання третьої фази його розвитку – *Web 3.0*. За настання цієї фази Інтернет зможе „розуміти” інформацію, яку він зберігає, аналізувати її та надавати її користувачеві відповідно до його персональних потреб [13]. Вже зараз існують *decision engines* – пошукові системи в Інтернеті, які використовують інформацію про користувачів з метою надання останнім більш доречної інформації [13].

Ще кілька десятиліть тому важко було уявити існування технології поєднання авторських знімків та відео із зображеннями та інформацією, створеними у віртуальному просторі, що нещодавно отримало назву *augmented reality* або *AG* [13]. Можливим сьогодні стало і *digital fabrication* – створення об’єктів за посередництвом цифрових програм або моделей, наприклад 3-D принтеру [2].

Популярність компанії *Apple* та її продукції призводить до виникнення інфонеологізмів, характерною ознакою яких є префікс *i*. Неологізм *iLegacy* позначає увесь добробок компанії *Apple* та її талановитого засновника Стіва Джобса [2]. Ще один „яблучний” інфонеологізм *iFinger* позначає палець, який має залишатися чистим, коли людина їсть руками, аби не забруднити екран свого *iPhone* [14]. Інфонеологізм *iPub* з’явився завдяки появі нового формату пабу: у ньому на всіх столах присутні планшети компанії *Apple (iPads)*, якими можуть користуватися усі відвідувачі. Крім того, у такому пабі немає офіціантів: пиво клієнт наливає собі сам, користуючись спеціальним краником, який присутній на кожному столі. Відвідувачі попередньо розраховуються за напоїв за допомогою спеціальної магнітної картки, яку видають у барі [2].

У XXI столітті спілкування поступово переходить (а серед молоді, мабуть, уже давно перейшло) із фізичної площини у віртуальну. Красномовним є хоча б той факт, що останнім часом від 22% до 35% американських молодят (перший показник отримано в результаті дослідження, проведеного соціологом М. Розенфельдом зі Стенфордського університету, другий – компанією *IBISWorld*, результати якого опубліковані у науковому збірнику *Proceedings of the National Academy of Sciences*) познайомилися у віртуальному просторі [5].

Закономірно, що після надмірного періоду користування технічними засобами та залежності від новітніх технологій, людина відчуває перенасичення ними та потребує відпочинку, що знайшло відображення у неологізмі *digital detox* [2]. Можна побачити проведення паралелі із хворобою, коли організм людини інфікований та потребує виведення токсинів.

Суголосним щойнозгаданому є інфонеологізм *nature-deficit disorder*, який характеризує хворобу, спричинену недостатньою кількістю часу, який дитина проводить на свіжому повітрі, спілкуючись із природою, що наносить непоправну шкоду її здоров’ю [13].

Російсько-американський журналіст та письменник Євгеній Морозов пропонує усіх користувачів соціальних мереж умовно поділити на дві категорії в залежності від

часу, який вони проводять онлайн. Перша категорія, на думку дослідника, є Інтернет-залежною, адже таким людям важко уявити своє життя без Інтернету, інші проводять час у мережі дозовано та утримують рівновагу між реальним життям та електронним [9]. Для другої категорії користувачів день без Інтернет-спілкування не є катастрофою. Таких людей, які ведуть себе не вельми активно у соціальних мережах та не перенасичують свої сторінки приватною інформацією, активні юзери соцмереж називають *unsocial* [3].

У зв'язку з цим, спільнота людей, яка постійно започатковує певні новітні „тренди” у мережі частіше за все не знаходить підтримки з боку інших користувачів, які вважають такі тренди безглуздими, або навіть божевільними. Різницю між цими протилежними позиціями можна продемонструвати на прикладі двох інфонеологізмів: *sharenting* (телескопія лексем *to share+parenting*) та *oversharenting* (*over+to share+parenting*) [3]. Неологізмові *sharenting* – регулярному оновленню інформації, головним чином, фотографій, у соцмережах про життя власної дитини – протистоять *oversharenting* та *over-sharers*. Супротивники даного явища вважають, що деякі батьки втрачають відчуття міри та публікують у соціальних мережах занадто багато інформації про свою дитину.

Новинкою у цьому напрямі є неологізм *babymugging* – викладення фотографії своєї дитини, немов би вона знаходиться у чашці. Інструкція з фотографування дуже проста: дитина має лежати на підлозі (або іншій рівній поверхні), а мама затуляє нижню поверхню її тіла чашкою. Такий дитячий „флешмоб” відбувається на сайті <http://www.babymugging.org/>.

Героями інших фотосесій стали коти: у першому випадку кіт допомагав господарям створити образ бетмена, а точніше „кетмена” – *CatMan mania* (*Cat+batman mania*) [4], затуляючи верхню частину обличчя людини, у другому – котів використовують як жартидливу імітацію бороди, прикладаючи їх до підборіддя – *cat bearding* [2].

У сфері новітніх технологій людина може проявляти себе егоцентрично та виставляти своє життя напоказ. Іменник-неологізм *selfie* (також *selfy*), який було названо міжнародним словом року 2013 за версією Оксфордського словника [10], позначає знімок, на якому людина фотографує сама себе за допомогою мобільного телефона або вебкамери та потім викладає його у соціальній мережі. Даний неологізм став основою для формування двох новостворень: *driving selfie* та *belfie*. Перший з двох неологізмів називає знімок, де людина фотографує себе під час керування автомобілем, що спричинило хвилю обурень та протестів серед свідомих громадян. Другий приклад сформувався шляхом телескопії лексем *bottom* та *selfie* і використовується для позначення знімку, на якому видно сідниці людини, яка знову ж таки робить автопортрет. Такі фотографії викладають у соцмережах переважно відомі особи жіночої статі зі сфери шоу-бізнесу [14].

Варто також згадати про популярність *funeral selfies* – знімків з похорон. Наприкінці 2013 року міжнародний резонанс викликав знімок, на якому президент США Барак Обама, прем'єр-міністр Великобританії Девід Кемерон та прем'єр-міністр Данії Гелле Торнінг-Шмідт фотографуються утрюх на мобільний телефон на панасоні Нельсона Манделі. Пізніше політики пояснили свій вчинок тим, що колишній президент Південно-Африканської республіки та відомий борець з апартеїдом помер

у поважному віці 95 років, досягнувши багатьох цілей і, зважаючи на позитивний настрій, який панував на зібранні, цей знімок є суголосним політиці Манделі, який вважав об'єднання людей головною метою свого життя [8].

Засвідники соціальних мереж можуть вихвалитися не тільки власними фотографіями, але й статусами. Так, **geobragging** означає регулярне сповіщення користувачем про своє місцезнаходження, особливо, якщо йдеться про якісь дорогі та шикарні місця [14]. Суголосним такому „геовихваленню” є інфонеологізм **gloatgram** – фотографія у мережі *Instagram*, на якій користувач вихваляється своєю їжею, подорожами та тим, як він проводить свій вільний час [14].

Ще одна фото-лихоманка у Інтернеті – **quidditching** – була започаткована фанатами Гаррі Поттера. На фотографіях, викладених у мережі, вони стрибають із мітлою, імітуючи одноімненну міфічну гру, у яку грав їх улюблений герой у книзі Джоан Роулінг [12].

Серед інших сучасних дивацтв, які висвітлюють у онлайн середовищі – **milking**. Новий тренд було започатковано у Ньюкаслі, коли група студентів та випускників вирішила розважитися, обливши себе молоком у декількох цікавих на їх думку місцях, та викласти відео онлайн (виконавців даної акції називають **milkers**). Менш, ніж за тиждень, це відео подивилось 30 000 глядачів, що дало поштовх новій хвилі молочного бешкетування серед студентів у Единбурзі, Ноттінгхемі та інших містах. Знову ж таки, явище має як своїх прихильників, які вважають ці пустощі кумедними, так і критиків [7].

Якщо користувач соцмережі отримає більшу кількість „лайків”, перепостів, ніж він очікував, він може відчуту **Like shock** [14].

Інфонеологізм, який наочно демонструє відому приказку „з миру по нитці – голуму сорочка” – **crowdfunding** – означає спосіб збирання грошей на різні проекти при залученні великої кількості спонсорів серед онлайн користувачів (**crowdfunder, to crowdfund**) [13].

Коли людина помирає, інформація, яка залишається після неї онлайн, отримала назву **digital afterlife** [2], при цьому друга частина словосполучення є евфемізмом лексеми *death*.

Новітні технології не тільки полегшують життя людей, але й можуть стати причиною дискомфорту та навіть хвороб. Залежність сучасної людини від мобільного зв'язку та звичка постійно носити мобільний телефон з собою призводить до того, що деяким людям здається, що вони чують дзвінок свого мобільного телефона, коли насправді той не дзвонить. Даний феномен став настільки поширеним, що на його позначення утворилося два неологізми: **ringxiety** (телескопія *ring+anxiety*) та **fauxcellarm** (*faux* (французьке „несправжній”)+*cell+alarm*) [13]. Причому вимова **fauxcellarm** близька до вимови вислову *false alarm* – „хибна тривога”, що відповідає сутності явища.

Мобільний телефон також здатен бути інструментом, за допомогою якого можна ігнорувати людину, дивлячись не на неї, а у свій телефон, що отримало назву **phubbing** (телескопія *phone+snubbing*) [13], а людей, які ігнорують інших таким чином, називають **phubbers**. Дане явище стало настільки популярним, що дало поштовх до створення сайту <http://stopphubbing.com/>. На ньому представлено результати голосування, у якому взяло участь більш, ніж 36 000 людей. При цьому 81% опитаних проголосували проти такого ігнорування, а 19% вважають phubbing нормальним явищем.

Натомість дослідження, проведене Говардським університетом у Вашингтоні наприкінці 2013 року стверджує, що ставлення до такого мобільного ігнорування залежить від віку та статі. Дослідники встановили, що 66% опитаних людей, яким ще не виповнилось 30 років, вважають, що відправлення смс та електронних повідомлень у присутності інших є нормальним. Серед вікової категорії 51-65 років лише 20% опитаних з цим погоджуються. На додачу, вдвічі більше чоловіків, ніж жінок, вважають такі дії прийнятними під час бізнес зустрічі [6].

Інфонеологізм **phubbing** має декілька „конкурентів”-синонімів, утворених шляхом телескопії, а саме **fauxxing** (*faux* (французьке „несправжній”) + *phoning*), **fauxt texting** (*faux* + *texting*), **pretexting** (*to pretend* + *texting*) [14] тощо.

Ще одним прикладом асоціальної поведінки, яка пов’язана з використанням мобільного телефону, є **stage phoning** – гучні розмови напоказ у громадських місцях з метою справити враження на тих, хто знаходиться поряд, що неодмінно порушує їх спокій та створює дискомфорт [13]. Неологізмами **outie**, **stage-phoner** та **cell (phone) jerk** [13] називають індивідуумів, які спілкуються у такій манері. Натомість людину, яка намагається усамітнитися та не заважати іншим своєю телефонною розмовою, називають **innie** [13].

Зниження загального рівня інтелекту серед населення багатьох країн та насадження масової культури призвели до захоплення життям зірок шоу-бізнесу, великої популярності жовтої преси та різноманітних телешоу. З цієї причини вебсайти, які намагаються збільшити кількість відвідувачів, можуть вдаватися до розміщення інформації низької якості або копіювати її з інших сайтів, що відображено у неологізмах **content farming** (процес) та **content farm** (сам вебсайт) [13]. Збір інформації з інших сайтів може відбуватися за допомогою спеціальних програм, які називають **site scrapers** [2].

Інфонеологізм **structured** (або **scripted**) **reality** позначає телевізійні реаліті-шоу, в яких знімаються реальні люди, які спілкуються своїми словами, а не написаними для них репліками, проте ситуації, у яких опиняються герої, створені для них випускаючою компанією заздалегідь [13].

Поєднання двох видів діяльності з використанням сучасних технологій відображено у інфонеологізмі **media meshing** [13]. Під час того, як **media meshers** [13] дивляться якусь програму по телебаченню, вони водночас коментують її онлайн по своєму телефону або планшету.

Останнім часом набув популярності штрих-код **QR code**, який використовується як ярлик певних брендів та їх товарів чи послуг. Цей код, який було розроблено ще у 1994 році японською компанією *Denso-Wave*, складається з чорних та білих квадратів та зчитується смартфоном та комп’ютером. Його основна функція полягає в тому, що за його допомогою можна швидко перейти до веб-сайту тієї чи іншої компанії та отримати детальну інформацію про неї [13].

Зручною є і нова система оплати товарів або послуг із використанням мобільного телефону або платіжної картки **wave and pay**: достатньо піднести телефон або картку до спеціального пристрою, який автоматично зчитує інформацію [13].

Завдяки комп’ютеру стала можливою автоматизація багатьох процесів та дій, які раніше виконувалися людиною. Прикметник-неологізм **lights-out** (*lights out*) та одно-

іменний прислівник використовуються для опису пристрою або виробничого процесу, який повністю контролюється комп'ютером без нагляду людини [13].

Таким чином, у сучасній англійській мові сфера інформаційних технологій є багатим джерелом утворення неологізмів. Інфонеологізми відображають стан та зміни в англійській концептуальній картині світу, у якій новітні технології стають новим виміром життя сучасної людини, впливають на її психологічний стан. 62 % із проаналізованих інфонеологізмів пов'язані з Інтернетом, зокрема зі спілкуванням у соціальних мережах, яке нерідко має егоцентричний характер, 24 % – з мобільним зв'язком, 14 % – з іншими новітніми технологіями, щоправда, деякі інфонеологізми можна віднести до двох категорій водночас. У таблиці 1 представлено розподіл інфонеологізмів за способами утворення, звідки видно, що найпродуктивнішими способами формування сучасних інфонеологізмів у сфері інформаційних технологій є словоскладання (36% прикладів), комбінація різних способів словотвору (25%), афікація (22%) та телескопія (13%).

Перспективними для подальших досліджень у сфері неології є нові види комунікації та способи передачі даних у Інтернеті, сучасні електронні пристрої тощо.

Таблиця 1

Словоскладання (36%)	Комбінація (25%)	Афікація (22%)	Телескопія (13%)
<ol style="list-style-type: none"> 1. augmented reality 2. catbearding 3. CatMan mania 4. cell (phone) jerk 5. content farm 6. content farming 7. decision engine 8. digital afterlife 9. digital detox 10. digital fabrication <u>fauxtexting</u> 11. lights-out 12. Like shock 13. nature-deficit disorder 14. site scraper 15. stage phoning 16. structured (scripted) reality 17. to crowdfund 18. wave and pay 19. Web 3.0 	<ol style="list-style-type: none"> 1. babymugging 2. belfie 3. crowdfunder 4. crowdfunding 5. driving selfie 6. fauxcellarm 7. funeral selfie 8. lappy 9. media mesher 10. media meshing 11. oversharenting 12. oversharer 13. QR code 14. stage phoner 5. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. techno-fundamentalism 2. iLegacy 3. iFinger 4. iPub 5. selfie (selfy) 6. geobragging 7. quidditching 8. milking 10. milker 11. outie 12. innie 	<ol style="list-style-type: none"> 1. sharenting 2. gloatgram 3. ringxiety 4. phubbing 5. phubber <u>fauxning</u> 6. pretexting
	Аббревіація (2%) 1. AG	Метафоричне перенесення (2%) 1. unsocial	

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жулінська М. О. Афікалізація як метод утворення англійських неологізмів сфери інформаційних технологій / М. О. Жулінська // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки : наук. журнал / гол. ред. Коцан І. Я. – Луцьк : РВВ “Вежа” ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. – № 6. – Серія “Філологічні науки”. – С. 362–366.
2. About words: a blog from Cambridge Dictionaries Online [Electronic resource]. – Access mode: <http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms/>. – Title from the screen.
3. Albrighton T. Why I’m not a sharent [Electronic resource] / T. Albrighton. – 2013. – Access mode: <http://www.abccopywriting.com/2013/05/20/why-im-not-a-sharent>. – Title from the screen.
4. CatMan Mania (20 Photos) [Electronic resource]. – 2013. – Access mode: <http://dontpkethebear.com/catman-mania-20-photos/>. – Title from the screen.
5. Jayson S. Study: More than a third of new marriages start online [Electronic resource] / S. Jayson. – 2013. – Access mode: <http://www.usatoday.com/story/news/nation/2013/06/03/online-dating-marriage/2377961/>. – Title from the screen.
6. Kreuz. G. Phubbing: The annoying habit of ignoring someone for your cell phone [Electronic resource] / G. Kreuz. – 2013. – Access mode: <http://www.wjla.com/articles/2013/11/phubbing-the-annoying-habit-of-ignoring-someone-for-your-cell-phone-96405.html>. – Title from the screen.
7. Malm S. Is milking the most pointless internet craze yet? Students filmed pouring four-pint cartons over their heads [Electronic resource] / S. Malm. – 2012. – Access mode: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2238271/Is-milking-pointless-internet-craze-Students-filmed-pouring-pint-cartons-heads.html>. – Title from the screen.
8. Mason R., Harding L. David Cameron and Danish PM brush off criticism of Mandela memorial selfie [Electronic resource] / R. Mason, L. Harding. – 2013. – Access mode: <http://www.theguardian.com/politics/2013/dec/11/david-cameron-danish-pm-mandela-memorial-selfie>. – Title from the screen.
9. Morozov E. Does the Net aid dictatorships?: Evgeny Morozov on TED.com [Electronic resource] / E. Morozov. – 2009. – Access mode: http://blog.ted.com/2009/09/22/how_the_internet/. – Title from the screen.
10. Oxford Dictionaries Word of the Year 2013 [Electronic resource]. – 2013. – Access mode: <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>. – Title from the screen.
11. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants [Electronic resource] / M. Prensky. – 2001. – 6 p. – Access mode: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. – Title from the screen.
12. Quidditching: Harry Potter fans jump on broomsticks for latest Internet fad [Electronic resource]. – 2013. – Access mode: <http://www.nydailynews.com/life-style/quidditching-craze-harry-potter-fans-jump-broomsticks-gallery-1.1317333>. – Title from the screen.
13. Recent Buzzwords [Electronic resource] // Macmillan Dictionary Online. – Access mode: <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/recent.html>. – Title from the screen.
14. Urban dictionary [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.urbandictionary.com/>. – Title from the screen.

Статтю подано до редколегії 11.04.2014 р.

Сандыга Л. А., к.филол.н., ассист.,
Киевський національний університет імені Тараса Шевченка, г. Київ

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ В СФЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье представлено исследование англоязычной неологии сферы информационных технологий. Проанализированы языковые новообразования, в которых Интернет представлен как универсальный источник информации; неологизмы в сфере Интернет-общения и связанные с использованием информационных технологий в повседневной жизни. Установлено, что наиболее продуктивными способами формирования современных инфонеологизмов являются сложение слов, аффиксация, комбинирование разных способов и телескопия.

Ключевые слова: *инфонеологизм, неология, информационные технологии, Интернет-общение, социальные сети, сложение слов, аффиксация, телескопия.*

Sandyga L. O., Cand.Phil.Sci., Assistant Professor,
Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv

ENGLISH NEOLISMS IN INFORMATION TECHNOLOGIES

The article is the study of English neology in the sphere of information technologies. New language coinages representing the Internet as a universal source of information, neologisms in the sphere of online communication and those connected with everyday usage of modern technologies are analyzed. Compounding, affixation, a combination of different methods and telescoping have been found to be the most productive ways of word formation.

Key words: *infoneologism, neology, information technologies, online communication, social networks, compounding, affixation, telescoping.*

УДК 811.161.2'42(045)

Семашко Т. Ф., к. філол. н., доц., докторант,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

МОВНА СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ: СТРАТЕГІЇ ВИЯВЛЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ

У пропонуваній розвідці автор робить спробу означити стратегії виявлення та реалізації культурних стереотипів із позиції лінгвістики, зокрема, на основі їх прояву в художньому тексті, з оперттям на лінгвістичні засоби, що виступають одним із способів їх реалізації.

Ключові слова: *мовна стереотипізація, етнічні стереотипи, художній текст, стратегія виявлення, лінгвістичні засоби.*