

Неологизмы как отражение культуры. Неологизмы как индикаторы изменений семейных ценностей в современной Америке.

Аннотация: В данной статье рассматривается связь между языком и культурой, и неологизмы, которые отражают любые изменения, происходящие в обществе. Материалом для написания статьи послужили неологизмы с веб-сайта Word Spy, показывающие как изменились семейные ценности в современной Америке.

Abstract:

The article singles out a connection between language and culture, and neologisms which reflect any changes that occur in the society. Neologisms taken from the website Word Spy served as the material to show how family values have changed in modern America.

Ключевые слова: язык, культура, коммуникация, непонимание и конфликты, неологизмы, классификация неологизмов, семейные ценности в современной Америке

Key words: language, culture, communication, misunderstanding and conflicts, neologisms, classification of neologisms, family values in modern America

На протяжении многих веков семья играет важнейшую роль в жизни человека. Сменяются поколения, со сменой поколений меняются семейные ценности, что-то остается неизменным, а что-то нет.

В данной статье рассматриваются неологизмы, отражающие изменения семейных ценностей современного американского общества. Однако прежде чем непосредственно приступить к этой теме, необходимо рассмотреть, как связаны между собой язык и культура.

Известный лингвист Е.М. Верещагин говорит о том, что, безусловно, главная функция языка – это коммуникация. Но, не следует считать, что язык обладает только коммуникативной функцией, т.е. является средством общения. Помимо этого, у него есть еще одна не менее важная функция – кумулятивная, которая позволяет накапливать, сохранять и передавать информацию. [Лингвострановедческая теория слова. 1980: 42]

С помощью языка, мы выражаем свои мысли, чувства, эмоции. Любая культура непосредственно определяется поведением и действиями людей. Культура включает в себя язык, искусство, религию, моду, ритуалы, законы и убеждения. Мы можем легко убедиться, что язык оказывает непосредственное влияние на культуру, к которой он относится. Приведем простейший пример: слово «добро» обычно ассоциируется с белым цветом, а «зло» с черным цветом (черные дела). Язык не может существовать вне культуры. Возьмем слово «женщина». На протяжении многих веков, женщины считались слабым полом, который во многом уступал мужчинам, и это нашло отражение в языке. Да, позже роль женщины в обществе изменилась. В настоящее время многие из них

совмещают семейную жизнь и карьеру, достигая успехов в различных сферах нашей жизни, таких как политика и экономика наравне с мужчинами, а порой превосходят их. Но, несмотря на все эти изменения, прилагательное «слабый» по-прежнему ассоциируется с женщинами (слабый пол и т.д.).

Любой язык отражает все изменения, которые происходят в обществе, а также формирует мышление не только индивида, но и целой нации, которая его использует как средство общения. При помощи языка, мы можем лучше понять тот или иной народ, его образ жизни и способ восприятия мира. Например, Вильгельм Фон Гумбольдт считал, что язык и культура составляют единое целое, так как язык «есть как бы внешнее проявление духа народов: язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык, и трудно представить себе что-либо более тождественное». Также, Гумбольдт говорил о том, что составить представление о древних цивилизациях возможно только по языку, на котором они общались, так как « среди всех проявлений, посредством которых познается дух и характер народа, только язык и способен выразить самые своеобразные и тончайшие черты народного духа и характера и проникнуть в их сокровенные тайны». [Избранные труды по языкознанию. 1984: 68-69]

На свете существует много стран, говорящих на разных языках. Все они настолько отличаются друг от друга, что почти невозможно найти полностью идентичные страны. У каждой из них свои культурные особенности и язык является основной неотъемлемой частью. Изучая иностранный язык, мы также изучаем культуру и традиции страны, которая говорит на этом языке.

Польский лингвист Анна Вежбицкая приводит несколько примеров из польского, английского и японского языков, показывая связь между лексикой языка и жизнью общества. Например, чисто национальные продукты и напитки. В польском языке присутствуют такие слова как *bigos*, которое обозначает солянку из тушеной капусты, *barszcz* – свекольный суп, и *poividta*, особый сливовый джем. В английском языке таких слов нет, но есть слово *marmalade*, обозначающее апельсиновый джем. Одним из известнейших японских слов является *sake* (*sake*) - традиционный японский напиток, который готовят на основе риса. И в быту при слове *bigos* мы вспоминаем Польшу, при слове *marmalade* – Англию, а *sake* – это, безусловно, Япония.

Часто оказывается, что в одном языке могут отсутствовать слова или фразы для обозначения тех или иных традиций, которые имеются в другом языке, так как в разных странах могут быть разные обычаи. «Аналогичным образом, не случайно то, что в английском языке нет слова, соответствующего русскому глаголу христосоваться, толкуемому “Оксфордским русско-английским словарем” как “обмениваться троекратным поцелуем (в качестве пасхального приветствия)” (“to exchange triple kiss (as Easter salutation)”), или то, что в нем нет слова, соответствующего японскому слову *mai* обозначающему формальный акт, когда будущая невеста и ее семья в первый раз встречаются с будущим женихом и его семьей». [Понимание культур через средство ключевых слов. 2001: 14]. Таким образом, мы видим, что благодаря словам, мы можем больше узнать о культуре и традициях той или иной страны.

Если мы будем изучать только иностранный язык, не обращая внимания на культуру, традиции и нормы поведения другой нации, то это может спровоцировать

непонимание и конфликты. В своей книге «Эффективное деловое общение» Т.С. Самохина приводит множество примеров, основанных на личном опыте, которые иллюстрируют различные ситуации вызывающие непонимание у представителей англоязычной и русской культур. Один из них касался обмена студентами. Преподаватели из Англии отметили довольно высокий уровень знаний наших студентов, но сделали пару замечаний относительно знания ими этикета. Один из преподавателей решил пригласить русскую студентку к себе на обед, и получив в ответ фразу “Why not?” (“Почему бы и нет?”) с интонацией, явно заимствованной у Маргарет Тэтчер, счел ее высокомерной, хотя студентка как принято дома полагала, что такой ответ и такая интонация вполне уместны. Автор отмечает, что «самые общеизвестные слова, такие как, «уес» или «по» могут звучать абсолютно по-разному, и быть оскорбительными, категоричными или извиняющимися и приглашающими к дальнейшему общению». [Эффективное деловое общение. 2005: 93]

Если мы сравним американцев и англичан, то здесь больше всего отличий можно увидеть в подходе к жизни. Для Англии американский подход к жизни является чересчур агрессивным и практичным. Например, денежный вопрос у англичан является сугубо личным делом. Для них неприемлем тот факт, что американцы постоянно обсуждают данную тему, даже с посторонними людьми, для них это слишком прямолинейно и вульгарно. [Они и мы. 2008: 162]

Язык и культура неразрывно связаны друг с другом. Интернет, скайп, путешествия все это позволяет людям из разных стран, общаться между собой, сближая представителей различных культур. Конечно, бывают ситуации, когда человеку тяжело выразить свои мысли, эмоции при общении, но это преодолимо и, если работать над собой, можно избежать непонимания со стороны других людей, не только иностранцев, но и соотечественников.

Та или иная нация, прежде всего, воспринимается через культуру и язык. Те или иные аспекты нашей жизни, такие, например, как семья, дружба, работа отражены в языке, поэтому любые изменения, которые происходят в этих сферах, сразу же находят отражение в языке. В этом и состоит отличие лексики от грамматики и фонетики, которые более менее стабильны и не претерпевают таких сильных изменений. Да, эти изменения тоже происходят, но не так часто, как скажем, появление новых слов или трактовка уже знакомых нам слов, которые могут появляться чуть ли не каждую неделю или даже каждый день. Взять, к примеру, слово селфи (selfie) когда человек фотографирует самого себя на фотокамеру и выставляет свои фотографии в социальные сети. Потом, от этого слова пошли другие производные слова. Например, селфи палка (selfie stick), которое обозначает длинную телескопическую палку с креплением для телефона на конце, чтобы фотографировать себя издалека. Или релфи (relfie), производное от «relationship selfie», практически то же самое, что селфи, с одним только отличием - на фотографии еще присутствует близкий человек. Да, эти слова появляются каждый день, но не факт, что мы будем использовать их в дальнейшем. Многие из них как быстро появляются, также же быстро и выходят из употребления.

Новое слово или выражение, а также новое значение старого слова называется неологизмом. [Словарь русского языка. 1981: 359] Появляются новые предметы, явления,

и нам нужны слова для их обозначения. В большинстве случаев неологизмы возникают в тех странах, которые активно внедряют новые технологии в повседневную жизнь. С другой стороны, появление неологизмов также связано с иммигрантами, которые привносят новые слова в ту страну, в которую они едут работать или жить. Эти слова заимствуются и либо они ассимилируются, либо нет. Бывает и так, что многие неологизмы перестают восприниматься как таковые. Мы употребляем их каждый день, даже не задумываясь о том, что когда то это слово было неологизмом. Например, Гугл, смартфон или киднеппинг (похищение людей). Чаще всего неологизмы становятся популярными благодаря литературе, кинематографу, интернету и молодежному сленгу, который активно использует новые слова. Ярким примером может служить слово «крестраж», взятое из книг и фильмов о «Гарри Поттере», обозначающее предмет, в который можно заключить часть души. Правда, употребление данного слова ограничивается книгами и кинофильмами и в повседневной жизни оно не используется. Таким образом, мы видим, что некоторые слова активно входят в повседневное употребление, а некоторые нет.

По мнению автора книги «Стилистика русского языка» И.Б. Голуб в зависимости от той или иной функции неологизмов, их можно классифицировать следующим образом. Во-первых, можно выделить лексические неологизмы, которые заимствованы из других языков или создаются по продуктивным моделям и во-вторых, семантические, когда общеизвестное слово приобретает совершенно новое значение. Следует отметить что, по количеству слов, лексические неологизмы превосходят семантические.

Также можно выделить анонимные и индивидуально-авторские неологизмы. Данная классификация зависит от условий создания новых слов. В первом случае нам неизвестны авторы, во втором неологизмы обязаны своему появлению конкретному человеку, так, например, слово «крестраж» обязано своему появлению Джоан Роулинг. В большинстве случаев неологизмы являются анонимными.

Отталкиваясь от вопроса, почему был создан тот или иной неологизм, можно выделить следующие группы неологизмов. Номинативные неологизмы, выполняющие номинативную функцию, то есть они прямо называют то или иное понятие. Обычно у них отсутствуют синонимы. Стилистические неологизмы дают образную характеристику предметам, у которых уже есть название. В отличие от номинативных, стилистические неологизмы имеют синонимы, хотя эти синонимы уступают им по экспрессивности.

Также можно выделить языковые или их еще называют общенародные неологизмы, которые позже фиксируются в словаре и окказиональные, которые можно употребить только один раз в зависимости от ситуации. [Стилистика русского языка. 2001: 92-96]

Как было сказано ранее, язык тесно связан с культурой и они не могут существовать отдельно друг от друга. Язык отражает менталитет, культурные особенности нации, которая говорит на данном языке. На примере неологизмов мы можем рассмотреть, как менялись со временем семейные ценности в американском обществе. Наше внимание привлекли следующие категории, относящиеся к семейным ценностям:

1. Отношение к семье и браку.
2. Свадьба.

3. Брак.
4. Родители и дети.
5. Роль женщины в семье.
6. Развод.

Рассмотрим категорию **отношение к семье и браку**. Можно отметить, что в настоящее время большая часть американцев предпочитает жить в гражданском браке. В официальный брак предпочитают вступать, будучи уже состоявшимися людьми гораздо позже, чем ранее. Тем не менее, для большинства американцев семья остается традиционной ценностью, одной из самых главных в жизни. Они искреннее верят в то, что важно найти такого человека, с которым проведешь всю жизнь. В данной категории появились следующие неологизмы:

Quirkyalone – так называют человека, который считает, что лучше быть одному и дождаться того единственного или единственную, чем встречаться с кем попало. С другой стороны, есть американцы, которые гораздо проще относятся к отношениям, предпочитая флирт, чтобы хорошо провести время, такие отношения мы называем **flirtationship**. Есть тип отношений, который называется **throuple**, от слова three+couple, то есть в отношениях присутствуют трое. Можно также выделить такой неологизм, как **polyfidelity**, который чем то схож с предыдущем. Отличие состоит лишь в том, что под этим словом мы подразумеваем группу партнеров, состоящих в полигамных отношениях, соблюдающих верность друг другу.

Есть группа людей, которых называют **elderweds**. Под этим словом подразумеваются люди, которые женятся уже в довольно преклонном возрасте, например, в 70 лет. На это есть много причин, основной из которых является финансовая. Большинство американцев стремятся к независимости, им хочется иметь высокооплачиваемую работу, и некоторые тратят на это слишком много времени.

Теперь рассмотрим другую группу слов, относящихся к категории **свадьба** и появляющихся в современной Америке. Безусловно, свадьба играет одну из важнейших ролей в жизни любого человека. Одни предпочитают традиционную церемонию, другие ищут нечто новое, используя при проведении ритуала современные технологии. Есть неологизмы, связанные с поведением невесты. Многие девушки настолько сильно переживают по поводу предстоящей церемонии, что становятся на редкость сварливыми и часто мотают окружающим нервы, так появился такой неологизм как **bridezilla**. Нетрудно догадаться, что слово образовалось от сочетания **bride + Godzilla**. Действительно, такое поведение невесты ассоциируется со знаменитой Годзиллой, готовой разрушить все на своем пути. Есть невесты, которые на протяжении всей подготовки к свадьбе остаются спокойными и расслабленными, ничто не выводит их из себя, их часто называют **bridechilla**, образованного от сочетания слов **bride+ chill**. Что касается церемоний, то здесь мы можем выделить неологизм **destination wedding**, употребляющийся тогда, когда жених и невеста играют свадьбу либо за городом, либо на курорте. Благодаря Интернету, не нужно больше рассылать приглашения на свадьбу друзьям и родственникам, можно зайти на **wedsite** и это тоже новый неологизм. На данном сайте любая пара может опубликовать пост о грядущем событии. Также можно транслировать по интернету свою собственную свадьбу, и это уже **webcast wedding**. Что касается свадебного путешествия,

здесь можно выделить такой неологизм как **minimoon**. Он употребляется в том случае, когда новобрачные отправляются в короткое и довольно бюджетное свадебное путешествие.

В категории **брак**, интересно остановиться на таких неологизмах как **beanpole family**- семья, состоящая из разных поколений. Для семей, предпочитающих гражданский брак, который в данное время становится все более и более популярным, в современной Америке вместо привычного слова **cohabitation** (сожительство), используют новый неологизм с таким же, но менее осуждающим значением как **marriage lite**. Есть еще одна разновидность гражданского брака, когда супруги живут в разных домах, сохраняя при этом близкие отношения. Такой брак получило название **living apart together**. Если один из супругов является заядлым шопоголиком и для того, чтобы скрыть свои истинные затраты, покупает дорогие вещи, которые выглядят не на свою цену, то его называют **stealth shopper**.

В категории **родители и дети**, выделяется такой неологизм как **tiger mother** или мама тигрица. Чаще всего так называют любящих, но строгих матерей, которые требуют от своих детей послушания, уважения и успехов в учебе. Некоторые родители превозносят гениальность и успешность своих детей, подчеркивая, при этом свою значимость, то есть дети для подобных родителей являются отличной возможностью похвастаться и напоминают трофей, отсюда и пошло название **trophy children**. Родителей, которых называют **lawnmower parents** стараются решить максимум проблем ребенка за него, и для того чтобы жизненный путь ребенка становился гладким и ровным, выступая в роли газонокосилки (**lawnmower**).

В категории **роль женщины в семье**, появились такие неологизмы как **alpha earner**, который подразумевает женщину, являющуюся основным добытчиком в семье. Весь доход, который получает семья, приносит женщина, недаром здесь используется слово **alpha**, означающее «главный». В современной Америке многие женщины после рождения детей, стараются побыстрее выйти на работу, буквально спустя несколько недель после родов. Это обусловлено несколькими причинами. Многие женщины, хотят не только родить ребенка, но и дальше строить свою карьеру. Особенно это относится к женщинам, у которых имеется свой собственный бизнес. У других женщин не хватает средств, чтобы долго сидеть с детьми, таких мам называют **stay-at-work mom**. Эти неологизмы показывают нам, что в настоящее время американки стараются совмещать и карьеру, и семью, не отказываясь, по возможности, от одного в пользу другого.

Последняя группа неологизмов относится к категории **развод**. Здесь мы наблюдаем появление такого слова, как **post-mortem divorce**, обозначающее письменное заявление одного из супругов, в основном жен. Он или она хотят, чтобы их похоронили отдельно друг от друга, считая, что раз им не удалось развестись в этой жизни, то в другом мире они точно обретут свободу. Хотя данный неологизм присущ японской культуре, все же он используется и в английском языке. Еще один присущий современности неологизм **virtual visitation** происходит от слова **virtual visit**. В этом случае один из разведенных родителей общается со своим ребенком через интернет, используя камеру, то есть, посещая его виртуально. Или разведенные родители, выполняя свои родительские

обязанности, стараются как можно реже общаться между собой или вообще не общаться. Такое явление получило название **parallel parenting**.

Мы рассмотрели связь языка и культуры, классификацию неологизмов и неологизмы современного американского общества в разрезе определенных категорий, относящихся к семейным ценностям. Неологизмы, невозможные в прошлом, отражают реалии современного американского общества. Изменения, произошедшие со временем, вызвали появление новых неологизмов, буквально во всем рассмотренных категориях. То есть, произошедшие изменения в обществе, сразу же находят свое отражение в языке. Насколько они вечны, покажет время, но в настоящий момент, безусловно, неологизмы позволяют нам больше узнать о культуре современной Америки, менталитете и поведенческих норм людей.

Список литературы

1. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. - М.: Русский язык, 1980.
2. Вержбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. – М.: Языки славянской культуры, 2001.
3. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. – М.: Айрис Пресс Рольф, 2001.
4. Гумбольдт В. Ф. Избранные труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1984.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1981.
6. Самохина Т.С. Эффективное деловое общение. - М.: Р. Валент, 2005.
7. Самохина Т.С. Они и мы. - М.: Прометей, 2008.
8. <http://www.wordspy.com/>