

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ФИЛОЛОГИИ

УДК 811.111'373.43

ББК Ш143.21-32

С. А. Дьяконова

Екатеринбург, Россия

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ ПРАКТИКЕ: АНАЛИЗ «МОДНЫХ» НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

АННОТАЦИЯ. В статье анализируются лексические инновации в межкультурной коммуникативной практике - актуальные слова и выражения современности - так называемые «модные» неологизмы (buzzwords), еще не получившие лексикографического отражения и закрепления в толковых словарях, но вошедшие в активное употребление за последние пять лет в период с 2012 по 2016 год в связи с потребностью обозначения новых реалий, тенденций и веяний, а также для номинации уже существующих в языке явлений для придания им ощущения свежести и новизны, и являющиеся средством отражения изменений, происходящих в современной английской лингвокультуре. Анализ «модных» неологизмов в современном английском языке проводился с использованием статистических методов группировки данных, позволяющих классифицировать отобранные лексические единицы по разным основаниям и выявить их структурно-семантические особенности. Результаты проведенного автором лингвистического статистического исследования отражают следующие аспекты: во-первых, прослеживается количественная динамика появления «модных» неологизмов в английском языке; во-вторых, выявляются части речи, составляющие основную массу новых лексических единиц; в-третьих, выявляются наиболее продуктивные способы словообразования «модных» неологизмов; в-четвертых, выделяются наиболее распространенные их семантические категории (сфера употребления).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: инновации, межкультурная коммуникация, коммуникативная практика, «модные» неологизмы, языковая картина мира.

Сведения об авторе: *Светлана Алексеевна Дьяконова, старший преподаватель кафедры иностранных языков, Уральский государственный экономический университет; адрес: 620114, г. Екатеринбург, ул. 8 марта, 62, к. 519; e-mail: dsa76@inbox.ru.*

S. A. Diakonova

Ekaterinburg, Russia

LEXICAL INNOVATIONS IN CROSS-CULTURAL COMMUNICATION PRACTICE: ANALYSIS OF BUZZWORDS IN MODERN ENGLISH LANGUAGE

ABSTRACT. The article focuses on lexical innovations in cross-cultural communication practice - dynamic words of modernity - modern English 'buzzwords', which have not yet been recorded in general dictionaries but have become particularly popular during the last five years between 2012 and 2016 due to advances in technology and communications media as well as changes in social life of the speech community in question. Analysis of buzzwords in the modern English language was carried out with the help of statistical research methods allowing to sort lexical units under discussion according to different criteria and identify their structural and semantic features. The undertaken research provides insight into the phenomenon of buzzwords from different perspectives that are as follows: firstly, it focuses on buzzwords sorted by date of appearance; secondly, it identifies the most common parts of speech of buzzwords; thirdly, it reveals the most productive word-formation types; finally, it identifies the key topic areas of buzzwords.

KEY WORDS: innovations, cross-cultural communication, communication practice, buzzwords, language worldview.

About the author: *Svetlana Alekseyevna Diakonova, Senior teacher of Department of Foreign Languages, Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia; e-mail: dsa76@inbox.ru.*

Начало XXI века характеризуется стремительным развитием различных сфер жизни общества, что неизбежно накладывает свой отпечаток на характер современной коммуникативной практики и языковой картины мира в целом. Лексический состав языка более, чем другие его уровни (фонетический, грамматический или синтаксический), реагирует на изменения общественно-политического и культурного характера жизни народа – носителя языка. Инновации в словарном составе представляют собой языковой ответ на новые реалии и факты объективной действительности, характерные для конкретного периода. При этом каждая эпоха выдвигает на первый план некоторое количество слов, которые обладают социальной значимостью и особой выразительностью. Анализ языковых процессов позволяет высказать предположение о том, что в настоящий момент современный английский переживает «неологический бум», ярким свидетельством которого является феномен «модных слов».

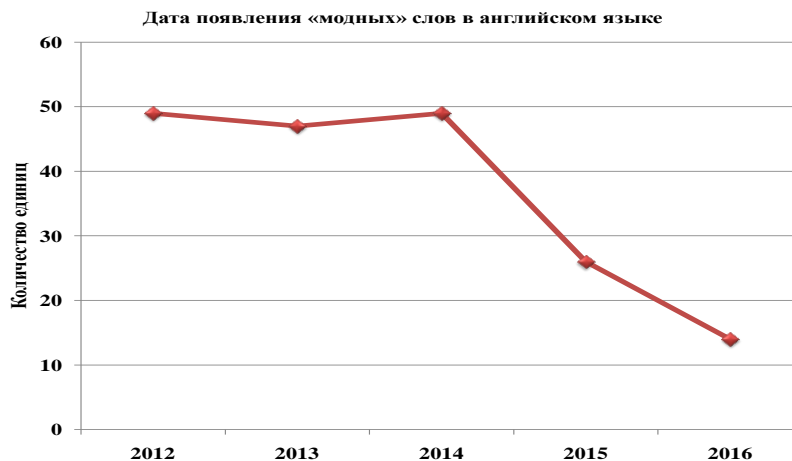
«Модные» неологизмы – актуальные слова и выражения современности, лексические инновации – возникают в связи с потребностью обозначения новых реалий, тенденций и веяний, а также для номинации уже существующих в языке явлений, для придания словам ощущения свежести и новизны. Они представляют собой «пластичный слой лексики, обладающей социальной и психологической обусловленностью» [Журавлева 2010: 4] и отражают особенности ментальной картины мира носителей данного языка и культуры в определенный период времени. «Модные» неологизмы, как правило, отличаются кратковременной употребительностью, однако часть ранее модных единиц в дальнейшем остается в языке, утрачивая свойства неологизмов. Критериями принадлежности слова к категории «модных», помимо социолингвистических (частотность) и психолингвистических (ощущение говорящими новизны и современности слова, его одобрение хотя бы частью узуса), являются также метаязыковые высказывания-рефлексивы, в которых отражается «социокультурное настроение» [там же]. В.Новиков, автор «Словаря модных слов», описывая динамику речевой моды русского языка, дает следующее определение: «Модное слово – это слово с претензиями, оно часто звучит в устной речи, мелькает в прессе, то и дело доносится из радиоприемника или телевизора, в новых модных словах отражаются колоритные особенности нашей жизни, важные сдвиги в общественном сознании» [Новиков 2008: 4]. При этом именно СМИ способствуют распространению нового, «модного» варианта употребления лексемы на другие лингвокультурные ареалы [Добросклонская 2008: 48].

В английском языке «модные» неологизмы получили название «buzzwords» (англ. buzz – привлекать внимание, повышенный интерес). MacmillanEnglishDictionary содержит следующее определение: buzzword NOUN [COUNTABLE] /'bʌz,wɜ:(r)d/ – a word that has become very popular, especially a word relating to a particular activity or subject (слово, ставшее очень популярным, особенно относящееся к определенному виду или сфере деятельности).

Актуальность предпринятого исследования обусловлена необходимостью изучения «модных» неологизмов в английском языке как средства отражения изменений, происходящих в современной английской лингвокультуре. Цель исследования заключается в выявлении структурно-семантических особенностей «модных» неологизмов, вошедших в активное употребление в английском языке за последние пять лет, в период с 2012 по 2016 год.

Материалом исследования послужил архив неологизмов (Buzzwords) сайта www.macmillandictionaries.com, представляющий собой глоссарий «модных слов», каждое из которых в тот или иной момент было признано «словом недели» и отражает современное состояние английского языка. Для изучения были отобраны 185 ключевых лексических единиц (всего 282 единицы), еще не получивших лексикографического отражения и закрепления в толковых словарях.

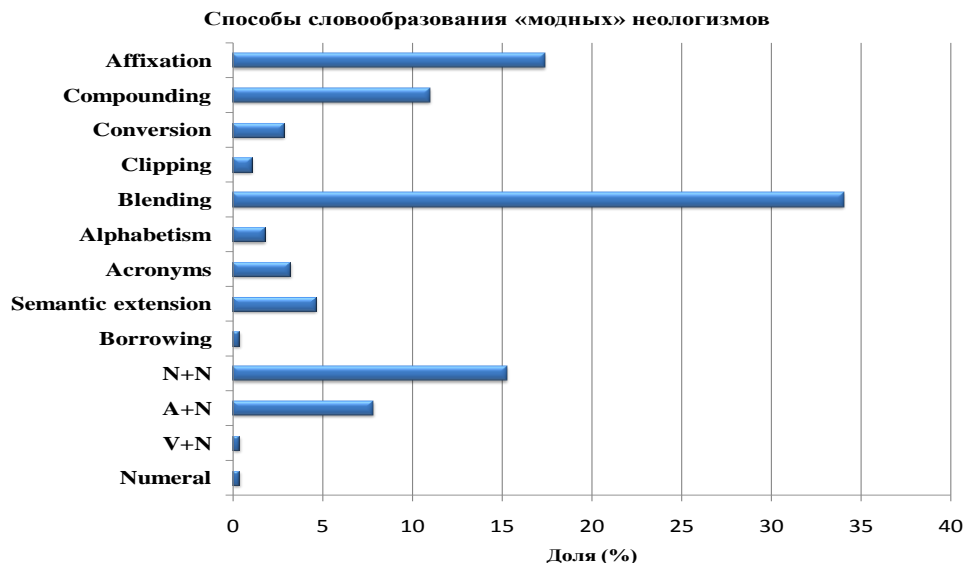
Первый этап исследования заключался в определении количественной динамики появления «модных» неологизмов в английском языке с помощью статистического метода типологической группировки данных. Исследуемые лексические единицы были сгруппированы по дате их появления, в результате чего было выявлено, что за указанный период пик неологизмов приходился на 2012 и 2014 годы, однако в целом к концу 2016 года наблюдается динамика снижения появления «модных» слов в английском языке.



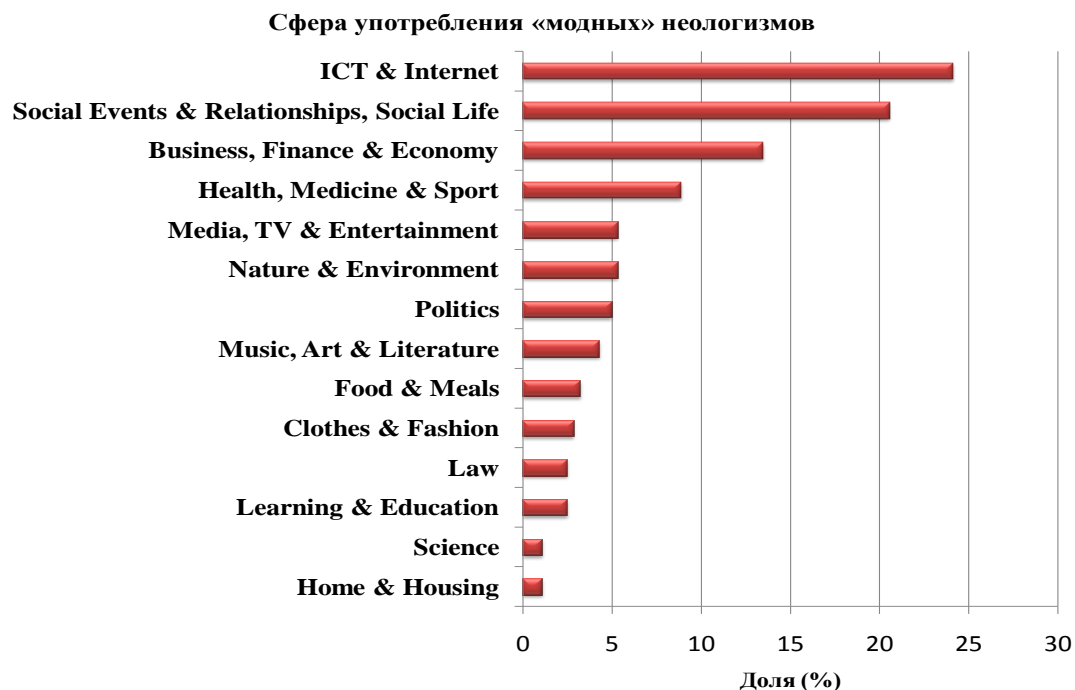
Второй этап исследования заключался в выявлении части(ей) речи, составляющей(их) основную массу исследуемых лексических единиц. Из 282 анализируемых «модных» неологизмов 212 (приблизительно три четверти – 75,2%) составляют имена существительные или словосочетания, имеющие в своем составе существительные; 39 лексических единиц (или 13,8 %) относятся к глаголам; 29 лексических единиц (10,3%) являются прилагательными; и всего 2 единицы (или 0,7%) относятся к наречиям. Таким образом, отличительной особенностью «модных» слов является их принадлежность только к знаменательным частям речи, т.е. к именам существительному, прилагательному, глаголу и наречию; при этом существительные составляют наиболее многочисленную группу.

Дальнейший анализ частей речи «модных» неологизмов показал, что существительные, относящиеся к разряду исчисляемых (**e-reader*), составляют большинство (56,6%); неисчисляемые существительные (**nomophobia*) составляют вторую по величине группу (39,1%). Существительные, относящиеся к обоим разрядам (**ecocide*), сравнительно немногочисленны (всего 2,8%). Существительные, относящиеся к разряду употребляемых только во множественном (**tom jeans*) или только в единственном числе (**omnishambles*), а также собирательные существительные (**squeezed middle*), являются наименее представленными категориями (0,47%). Что касается глаголов, в процентном отношении количество переходных форм (**to chainwatch*) почти в два раза превышает количество непереходных (**to medal*) (43,6% и 20,6% соответственно). Лексические единицы, относящиеся к обоим категориям (**to troll*), составляют 35,8%.

Третий этап исследования заключался в выявлении наиболее продуктивного способа словообразования «модных» неологизмов с использованием метода структурной группировки данных. Несмотря на то, что контаминация (*blending*) – возникновение нового слова или выражения в результате смешения частей двух слов или выражений – считается непродуктивной словообразовательной моделью, в отношении «модных» неологизмов данный способ словообразования показал самую высокую эффективность, с его помощью образована треть всех исследуемых лексических единиц (**bigorexia, Brexit, Frankenstorm, infobesity, to stuffocate, etc.*). Второй по распространенности словообразовательной моделью оказалась аффиксация (*affixation*) – способ образования слов с помощью аффиксов, т.е. присоединение аффиксов к корню или основе слова, с помощью которой образовано 17,37% исследуемых лексических единиц (**gamification, hipster, selfie, solutionism, supercellular, etc.*). Третьим по продуктивности способом пополнения лексического состава современного английского языка в рамках собранного материала оказались «модные» неологизмы-словосочетания с количественным преобладанием формулы N+N (существительное + существительное) (**iceberg home, pheromone party, property porn, sandwich generation, tiger mother, etc.*).



Четвертый этап исследования заключался в выявлении наиболее распространенной сферы употребления «модных» неологизмов. Отобранные лексические единицы были классифицированы по тематическому принципу, в результате чего были выделены следующие лексико-семантические группы: информационные и коммуникационные технологии и интернет (**Bitcoin, cyberloaf, digital wildfire, twintern, webrooming, etc.*); люди и общество (**babylag, uncoupling, crowdbirth, FOMO, Sip and See, etc.*); бизнес, финансы и экономика (**crowdfunding, fiscal cliff, sharing economy, solopreneur, zero hours contract, etc.*); здоровье, медицина и спорт (**hypnobirthing, liquid biopsy, moto-doping, paleo diet, text neck, etc.*); природа и окружающая среда (**biomimicry, frost quake, rewilding, sandscape, zonkey, etc.*); СМИ, ТВ и развлечения (**chainwatching, charticle, chillax, media meshing, pre-roll, etc.*); политика (**mic drop, MINT, overvote, push poll, RINO, etc.*); музыка, искусство и литература (**caxirola, diabolica, flash fiction, photorealism, Zumba, etc.*); еда (**brinner, duffin, free-from, kimchi, small-plate, etc.*); мода и одежда (**coatigan, onesie, rat tail, shapewear, skeumorphic, etc.*); образование (**conlang, m-learning, nanodegree, SOLE, vertical tutoring, etc.*); право (**drug driving, jailbreak, spear phishing, etc.*); наука (**exoplanet, Higgs boson, protologism*); дом и жилище (**iceberg home, raingarden, ruburb*).



Наиболее представленной в рамках собранного материала оказалась тематическая категория «информационные и коммуникационные технологии и интернет», составляющая около четверти (24,11%) всех исследуемых лексических единиц. Второй в количественном плане оказалась семантическая категория «люди и общество», насчитывающая 20,56%; в то время как семантическая категория «бизнес, финансы и экономика», считающаяся исходной, составила лишь 13,47%. В корпусе исследованных неологизмов значительно меньшую продуктивность показали категории «еда» (3,19%); «одежда и мода» (2,83%); «право» и «образование» (2,48% каждая); почти не отражены неологизмы, относящиеся к сферам «наука» и «дом и жилище» (1,06% каждая).

Таким образом, в целом к концу 2016 года наблюдается динамика снижения появления «модных» неологизмов в английском языке; отличительной особенностью новых слов является их принадлежность только к знаменательным частям речи, из которых наиболее многочисленную группу составляют существительные; наиболее продуктивным способом словообразования «модных» неологизмов является контаминация (blending); наиболее представленной в рамках собранного материала оказалась тематическая категория «информационные и коммуникационные технологии и интернет».

ЛИТЕРАТУРА

1. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 203 стр.
2. Журавлева, Н. Г. Феномен «модного» слова: лингво-прагматический аспект (на материале современного русского языка): автореф. дисс. ... к. филол. н. – Ставрополь, 2010. – 25 с.
3. Новиков, В. Новый словарь модных слов. – М.: АСТ: Зебра Е, 2008. – 192 с.
4. Macmillan dictionary (Available at: <http://www.macmillandictionary.com/buzzword>)

REFERENCES

1. Dobrosklonskaya, T. G. Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI: sovremennaya angliyskaya mediarech': uchebnoye posobiye. – M.: Flinta: Nauka, 2008. – 203 str.
2. Zhuravleva, N. G. Fenomen «modnogo» slova: lingvo-pragmaticheskiy aspekt (na materiale sovremennogo russkogo yazyka): avtoref. diss. ... k. filol. n. — Stavropol', 2010. – 25 s.
3. Novikov, V. Novyy slovar' modnykh slov. – M.: AST: Zebra E, 2008. – 192 s.