

УДК 81'27
ББК Щ100.62

А.В. Шевченко
Екатеринбург

**Проект «Слово года» как отражение метаязыковой
рефлексии носителей языка в эпоху глобализации**

Аннотация: На современном этапе развития общества изменения в политической, экономической, социальной сферах жизни становятся привычным явлением. Активизация тех или иных социальных процессов выдвигает в центр общественного сознания определенные понятия и, соответственно, их номинации, которые вызывают интерес у носителей языка.

Появление лингвистических новаций и возвращение устаревшей лексики в активный словарь усиливают социальную значимость метаязыковой функции языка. Носитель языка стремится осмыслить социальные импульсы, вызвавшие перемены в языковой ситуации.

Филологи разных стран давно определяют и фиксируют общественные приоритеты через их отражение в языке. На протяжении нескольких лет в США, Германии, Франции, Великобритании, Австрии, Финляндии, Японии проходит конкурс «Слово года». Выбор слов осуществляется экспертными советами, в состав которых входят лингвисты, лексикографы, редакторы, писатели, представители всех «языковых» профессий.

Ключевые слова: слово года, неологизм, ключевое слово текущего момента, метаязыковая рефлексия.

Сведения об авторе: Шевченко Арина Валерьевна, аспирант кафедры риторики и стилистики УрФУ им. Б.Н. Ельцина (Екатеринбург).

Контакты: 620083, г. Екатеринбург, пр. Ленина, д. 51;
tohelsinki@yandex.ru.

A.V. Shevchenko
Yekaterinburg

The project "Word of the year" as a reflection of metalinguistic reflection of native speakers in the era of globalization

Abstract: At the present stage of development of society, changes in political, economic, social spheres of life have become commonplace. The intensification of certain social processes put forward into the public consciousness certain concepts and, consequently, their nominations which attracts the interest of native speakers.

The emergence of linguistic innovations and the return of outdated vocabulary into active vocabulary reinforce the social importance of the metalinguistic function of language. A native speaker seeks to understand the social impulses that caused changes in the language situation.

Linguists from different countries define and record public priorities through their reflection in language. For several years competition for the "Word of the year" takes place in the United States, Germany, France, UK, Austria, Finland, Japan. The choice of words is carried out by expert councils, composed of linguists, lexicographers, editors, writers, representatives of all of the "language" of professions.

Key words: the word of the year, neologism, key word of the moment, metalinguistic reflection.

About the author:

Shevchenko Arina Valer'evna, Postgraduate of Philological Faculty, Ural Federal University (Yekaterinburg).

На современном этапе развития общества изменения в политической, экономической, социальной сферах жизни становятся привычным явлением. Активизация тех или иных социальных процессов выдвигает в центр общественного сознания определенные понятия и, соответственно, их номинации, которые вызывают интерес у носителей языка.

К тому же каждый «текущий момент» выдвигает в центр общественного сознания фрагмент словаря, заключающий в себе понятия наиболее значимые, обсуждаемые повсеместно. Дина-

мичность «текущего момента», обуславливающая сменяемость словаря КСТМ (ключевых слов текущего момента), ставит перед филологией проблему со всей остротой и нетерпением социальных ожиданий. Приметы КСТМ приводятся в работе Т.В. Шмелевой «Ключевые слова текущего момента» [8], это частотность слова, выдвинутость в текстовом пространстве, грамматический потенциал, расширенная сочетаемость слова, формирование новых синонимических и антонимических связей, омонимическое употребление, использование слова в предложениях-дефинициях, языковая рефлексия, языковая игра.

Появление лингвистических новаций и возвращение устаревшей лексики в активный словарь усиливают социальную значимость метаязыковой функции языка. Носитель языка стремится осмыслить социальные импульсы, вызвавшие перемены в языковой ситуации [2; 3; 4; 5].

В определении сущности метаязыковой рефлексии исследователями подчеркиваются два момента. Во-первых, метаязыковая рефлексия возникает как ответ на ситуацию коммуникативного или концептуального напряжения, говорящий использует рефлексив в качестве опережающей реакции, «метацензора» [2, с. 103-104]. Во-вторых, в процессе метаязыковой рефлексии автор высказывания выступает в двух ролях – говорящего и критика собственного высказывания [6, с. 81]. Говорящий оценивает изменения эксплицитно – коммуникативный акцент становится одновременно вербальной фиксацией новой единицы и реакцией на нее.

Социальная функция метаязыкового высказывания выходит за границы конкретной коммуникативной ситуации. Как полагают ученые, метаязыковая рефлексия оказывает влияние на развитие языка. Так, И.Т. Вепрева пишет о том, что в текстах СМИ такие высказывания способствуют процессу узуализации слова в языке [2, с. 132]. Б.С. Шварцкопф обращает внимание на то, что «говорящий не только ставит факт речи в светлое поле сознания, но – что имеет значение для культуры речи – навязывает данную оценку речи другим говорящим» [7, с. 287]. По мнению исследователей, возрастающий интерес общества к языковым новациям связан с желанием понять не только явные,

но и скрытые социальные изменения через язык, объяснить происходящее посредством метаязыковой рефлексии [9].

Филологи разных стран давно определяют и фиксируют общественные приоритеты через их отражение в языке. На протяжении нескольких лет в США, Германии, Франции, Великобритании, Австрии, Финляндии, Японии проходит конкурс «Слово года». Выбор слов осуществляется экспертными советами, в состав которых входят лингвисты, лексикографы, редакторы, писатели, представители всех «языковых» профессий.

Целью данной работы является обзор проекта «Слово года» в разных странах. Цель предполагает решение следующих задач: 1) изучить историю конкурса в США, Германии, Финляндии, Японии и России; 2) выделить основные особенности механизма выбора актуальных и новых слов; 3) на их основе сопоставить американскую, немецкую, финскую, японскую и российскую модель проведения конкурса «Слово года».

Обратимся к основным характеристикам проекта в США, Германии, Японии и России.

1. Время возникновения

Первыми вопросом приоритетов внимания общества к активным языковым единицам в определенный период заинтересовались ученые Японии, где с 1984 года ежегодно составляется список из новых и модных слов. Ученые из американского диалектологического общества – национального американского общества по изучению английского языка, основанного в 1889 году [1], присоединились к традиции подводить ежегодные лексические итоги в январе 1991 года.

В начале XXI века ученые из Германии и Финляндии также начали связывать атмосферу определенного времени с конкретными языковыми единицами.

В 2007 году проект «Слово года» появился и в России. Это произошло по инициативе филолога и культуролога Михаила Наумовича Эпштейна. Своими корнями акция уходит в 2000-й год. Тогда М.Н. Эпштейн начал свой филологический проект «Дар слова. Еженедельный лексикон Михаила Эпштейна». Теоретическое обоснование этого проекта Эпштейн сформулировал в работе «Однословие как литературный жанр»: «Самым крат-

ким литературным жанром считается афоризм — обобщающая мысль, сжатая в одном предложении. Но есть жанр еще более краткий, хотя и не вполне признанный и почти не исследованный в качестве жанра: он умещается в одно слово. Именно слово и предстает как законченное произведение, как самостоятельный результат словотворчества. Подчеркиваю: слово не как единица языка и предмет языкознания, а именно как литературный жанр, в котором есть своя художественная пластика, идея, образ, игра, а подчас и коллизия, и сюжет. ОДНОСЛОВИЕ — так я назову этот жанр — искусство одного слова, заключающего в себе новую идею или картину. Тем самым достигается наибольшая, даже по сравнению с афоризмом, конденсация образа: максимум смысла в минимуме языкового материала» [10]. Проект «Дар слова» представлял собой электронную рассылку, главной темой которой стало искусство создания новых слов и понятий, пути обновления лексики и грамматики русского языка, расширение моделей словообразования. В каждом выпуске предлагались слова, которых на тот момент не было ни в одном из словарей. Это был не просто перечень слов, а толкования, развернутая подача лексических единиц. Например, «хроноцид» и «хроносома» (что в человеке от генов? что — от поколения, духа времени?), «брехлама» — контаминация трех корней: «реклама», «брех» и «хлам» [9]. Проект «Слово года» органично вписался в попытку Эпштейна зафиксировать реакцию носителей языка на происходящие события.

Стоит заметить, что «Слово года» не единственный в России проект, направленный на выявление слов-маркеров определенного времени. С 2012 г. активно функционирует проект компании Public.ru «Пресс-слово года» года.

С 2011 года в социальной сети «Фейсбук» существует группа «Словарь года». Куратор проекта — кандидат филологических наук, главный редактор портала «Словари XXI века» Алексей Михеев. Участники группы «Словарь года» коллективными усилиями ежемесячно составляют списки самых заметных слов, которые попадают в центр общественного внимания и оказываются на слуху.

2. Состав экспертного совета

В США в состав комиссии входят члены Американского диалектологического общества, в Германии – филологи из Общества немецкого языка (Gesellschaft für deutsche Sprache – GfdS) – одного из главнейших в Германии языковых обществ, в Финляндии – специалисты Центра отечественных языков. В Японии слово года выбирает издательство «Дзию Кокуминся», выпускающее популярный ежегодный справочник «Введение в современную терминологию».

В России у проекта «Слово года» есть специфика: слова-символы выбирают не только представители Экспертного Совета (писатели и поэты, лингвисты, журналисты, филологи, философы и культурологи), но и интернет-пользователи – в публичном голосовании участвовать может каждый. Потому выбор можно называть субъективным – словом года может стать единица, актуальная в определенной социальной сфере или же значимая для всех представителей общества.

Что касается конкурса «Пресс-слово года», то он также обладает статусом «народный»: компания Public.ru составляет рейтинг слов, словосочетаний, фразеологизмов, присланных на «Конкурс внимательных читателей», а также полученных в результате мониторинга прессы. Замеры частоты упоминаемости слов и словосочетаний проводятся по федеральным и региональным общественно-политическим и деловым печатным изданиям, интернет-СМИ, лентам информационных агентств, по передачам центральных теле- и радиоканалов, а также по Интернет-ресурсам из собственных фондов Public.Ru (более 4 000 изданий в целом).

3. Принципы выборки

Американское диалектологическое общество ежегодно проводит встречу и голосование по лексическим итогам минувшего года в нескольких номинациях. В роли слов могут выступать словосочетания, идиомы, крылатые выражения, обладающие признаками нового слова и частотной единицы как для всего общества, так и для отдельных социальных групп. Необязательно, чтобы слово возникло именно в данный год, важно, чтобы оно приобрело за минувший год особую известность, оказалось в центре об-

щественного внимания, обозначило существенный сдвиг в политическом, культурном, научно-техническом развитии.

Специалисты из Общества немецкого языка (GfdS) исследуют на предмет популярности около 2,5 тыс. выражений, к которым регулярно прибегали люди во время обсуждения политики, экономики и социальной сферы. Например, в 2015 году словом года стал неологизм «беженцы».

Центр отечественных языков Финляндии постоянно собирает новые слова и на их основе обновляет электронные словари. В словари попадают только неологизмы, которые являются не случайными выдумками отдельных носителей языка, а слова, вошедшие в тексты и в речь разных авторов. В отличие от русского языка, в котором одна или обе части новых сложных слов имеют иностранное происхождение (промо-акция, фитнес-тренер), новые финские сложные слова состоят из финских слов. *Hoito* «уход, лечение» и *taide* «искусство» – распространенные старые финские слова, но сложное слово *hoitotaide* – новое слово, служащее для номинации нового явления – выступления для пациентов.

Японское издательство «Дзию Кокуминся» ежегодно представляет 50 новых и модных слов и выражений, претендующих на звание «самого популярного слова года». В списке можно увидеть слова из сериалов и рекламы, слова, связанные с политическими, экономическими и другими важными событиями в жизни страны (распространившиеся, разумеется, через телевидение, интернет и различные печатные издания). Премия выдётся человеку, группе или организации, причастным к созданию или распространению этих слов. Выбранные для награждения слова включаются в ежегодный сборник современной лексики, издаваемый этой компанией [11].

В России на протяжении года участники групп проекта «Слово года» в социальной сети Фейсбук (более 1300 человек) предлагают единицы, выражающие своеобразие, новизну, исторический смысл текущего времени. Далее эксперты отбирают из сотен слов-кандидатов самые характерные, емкие, выразительные. Если говорить о словесном портрете года, то он не может быть единым, он должен быть множественным, соответственно

и слова, предложенные на конкурс, совершенно разные. Для бизнесмена главным словом года может оказаться слово «налоги», для студента-первокурсника – «ЕГЭ», для сельского жителя Европейской части России – слова «пожары», «погорельцы», «засуха», для москвичей – «смог», для того, чей дом снесли в поселке «Речник», – «беспредел».

4. Номинации

В Германии две номинации – это «Слово года» и «Антислово года». Например, в 2015 году словом, наиболее точно описывающим события, доминирующие в немецком обществе, стала единица *беженцы* (Flüchtlinge). А антисловом объявлена лексема «душа-человек» («Gutmensch»). Так немцы пренебрежительно называют наивного добряка, страдающего «синдромом помощи» и готового без оглядки помогать всем беженцам. Номинацией «Антислово года» эксперты в области языкознания призывают общественность к аккуратному обращению с немецким языком во избежание появления огульных, грубых и искажающих суть неологизмов.

В США представлен самый широкий список номинаций: «Слово года», «Самое полезное», «Самое творческое», «Самое ненужное», «Самое возмутительное и оскорбительное», «Самое эвфемистическое», «Самое успешное», «Самое неуспешное слово года». В разные годы главными словами становились следующие единицы: в 1990 г. – «bushlips», «губы Буша (старшего)», в значении «неискренняя политическая риторика», в 1992 г. – «Нет!» (выражение несогласия), в 1993 – «информационный хайвей», в 1995 г. – World Wide Web (сеть на весь свет), в 1998 г. – приставка «э» (от «электронный», как в словах «эмейл», «экоммерция») и т.д.

В Финляндии и Японии подобный список номинаций отсутствует – слова года представлены в едином списке. Например, в списке наиболее популярных финских слов оказались сложные единицы, номинирующие новые политико-административные понятия («kärkihanke» – «топ-проект», «pakkolaki» – «обязательный закон»), социальные явления («soolomatkailu» – «солотуризм» (путешествие без спутника), «sateenkaarinuori» – «радуга-молодой человек» (парень или девушка, принадлежащая к

сексуальному меньшинству), «someilmiö» – «социальное медиа-явление», «monilukutaito» – «мультиграмотность» (умение не только читать и писать, но и понимать и производить предметы других форм коммуникации, например картинки).

Японское издательство «Дзию Кокуминся» ежегодно представляет 10 слов и выражений, избранных «словами года». Первое место в 2015 году получили слова, связанные с бейсболом и туризмом, а не политической сферой, которая широко присутствовала в списке из 50 кандидатов. Например, «бакугай» (резкий рост объёмов розничных покупок в связи с увеличением потока туристов из Китая и других стран), «эмбурэму» (логотип (эмблема) Олимпийских и Паралимпийских игр в Токио, созданная дизайнером Сано Кэндзи, 1 сентября была отвергнута после обвинений в плагиате эмблемы бельгийского театра), «майнити, Сюдзо!» (книга «Сюдзо каждый день!» бывшего теннисиста Мацуоки Сюдзо, в которой он даёт ободряющие советы читателям, стала супербестселлером благодаря поддержке его поклонников и зрителей ТВ-шоу) [11].

В России номинации меняются год от года, однако «Слово года» остается неизменной. В разное время были выбраны слова года в номинациях: «Антислово года» (язык пропаганды, вражды), «Неологизм года» (новые, глубокие по смыслу слова, заполняющие языковые лакуны) и «Выражение года». Например, в 2015 году словом года стала лексема «беженцы», единицей антиязыка – «Обама – чмо», неологизмом года – «бессмертный Барак». Стоит отметить, что в 2015 году слово года имело отношение не к российской, а к иностранной – европейской и ближневосточной реальности.

Сегодня акция «Слово года» расширяет свои географические границы, потому как она позволяет отследить изменения в сознании носителей языка по отношению к текущей языковой ситуации. Подобный инструмент фиксирования состояния языка в определенный момент времени представляется перспективным и результативным. Нами были рассмотрены проекты, проводимые в США, Германии, Японии и Финляндии. Сравнительный обзор позволил выделить специфические особенности российского проекта «Слово года». Это, прежде всего, доступность – в

голосовании может принять участие любой заинтересованный пользователь интернета. Лексика, попавшая в списки наиболее актуальных слов года, послужит материалом для дальнейшего исследования.

Литература

1. *American Dialect Society* [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.americandialect.org> (дата обращения: 23.05.2016).

2. *Вепрева И.Т.* Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 384 с.

3. *Иссерс О.С.* От серьезного – до смешного: игровой потенциал русского слова года // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2015. – Вып. 4 (54). – С. 25-32.

4. *Кронгауз М.А.* Русский язык на грани нервного срыва 3D. – М.: АСТ, 2014. – 480 с.

5. *Крысин Л.П.* Повседневная русская речь в ее отношении к литературной норме (лексикографический аспект) // Труды Ин-та русского языка им. В.В. Виноградова. – М., 2014. – Вып. 1. – С. 358-387.

6. *Трунов Д.* Вербальная и невербальная метакоммуникация // Коммуникация: концептуальные и прикладные аспекты. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004. – С. 80-81.

7. *Шварцкопф Б.С.* Проблема индивидуальных и общественно-групповых оценок речи // Актуальные проблемы культуры речи. – М.: Наука, 1970. – С. 277-304.

8. *Шмелёва Т.В.* Ключевые слова текущего момента // Collegium. – 1993. – №1. – С. 33-41.

9. *Эпштейн М.Н.* «Любовь» усохла на три четверти (о невозврате кредитов русскому языку) // Новая газета [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.novayagazeta.ru/arts/44348.html>.

10. *Эпштейн М.Н.* Однословие как литературный жанр // Континет. – 2000. – Вып. 104. – С. 279–313.

11. *Японское общество: изменяющееся и неизменное/ Рук. проекта Э.В. Молодякова.* – М.: АИРО-XXI, 2014. – 300 с.

©Шевченко А.В., 2016