

Петрова Екатерина Евгеньевна, Курсанина Елена Евгеньевна

МОДНЫЕ СЛОВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА 2016 ГОДА

В статье рассматриваются модные слова английского языка, зарегистрированные ресурсом Macmillan Dictionary Buzzword в 2016 году. Модные слова анализируются с точки зрения их словообразовательной структуры и происхождения. Авторы рассматривают основные тенденции в образовании модных слов, приводят примеры их употребления и предлагают варианты перевода.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/4-2/39.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 4(70): в 2-х ч. Ч. 2. С. 134-138. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/4-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

3. Манжелевская Е. В. Речевое поведение писателя как индикатор условий его личностной и творческой реализации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 10 (64): в 3-х ч. Ч. 1. С. 115-118.
4. Матвеева Г. Г. Диагностирование личностных свойств автора по его речевому поведению. Ростов-н/Д: Изд-во Донского юрид. ин-та, 1999. 82 с.
5. Николаева Т. М. Семантика акцентного выделения. М.: Наука, 1982. 96 с.
6. Пфютце М. Грамматика и лингвистика текста // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1978. Вып. 8. Лингвистика текста. С. 218-242.
7. Фортунатов Н. М. Автор и читатель (из наблюдений над авторской правкой текста романа Л. Н. Толстого «1805 год») // Филологические науки. 1961. № 1. С. 66-74.
8. Conrad J. Lord Jim. Moscow: Foreign Languages publishing house, 1959. 407 p.
9. Dickens Ch. Hard Times. Moscow: Foreign Languages publishing house, 1952. 335 p.
10. Doyle Conan A. The Hound of the Baskervilles. London, England: Penguin Books, 1996. 174 p.
11. Hardy T. The Life and Death of the Mayor of Casterbridge. London, England: Macmillan London Ltd, 1974. 382 p.
12. Thackeray W. M. Vanity Fair. A Novel without a Hero. Part I. Moscow: Foreign Languages publishing house, 1950. 382 p.
13. Trollope A. Barchester Towers. N. Y., The United States of America: Signet Classic Trademark, published by New American Library, 1984. 536 p.
14. Wilde O. The Picture of Dorian Gray. М.: Менеджер, 2000. 304 с.

ТИП РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПИСАТЕЛЕЙ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ИХ СКРЫТЫХ ОТНОШЕНИЙ И ОЖИДАНИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ЧИТАТЕЛЕЙ-СОВРЕМЕННОКОВ

Манжелевская Елена Вячеславовна, к. филол. н.
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону
helenmanjel@rambler.ru

В центре внимания статьи – проблема автоматического речевого выбора, совершаемого отправителем привычно, без предварительного обдумывания. Автоматические речевые проявления автора – это его речевое поведение, которое может быть позитивным (не активным) или негативным (активным). Разновидность речевого поведения, типичная для каждого конкретного писателя, зависит от условий, в которых оно формировалось. По типу речевого поведения автора можно определить его отношение и ожидания, направленные на читателей-современников.

Ключевые слова и фразы: (скрытая) прагмалингвистика; отправитель и получатель речевого сообщения; речевое поведение; речевое воздействие; речевые привычки; катафора; акцентирование; ожидания.

УДК 8; 1751:81

В статье рассматриваются модные слова английского языка, зарегистрированные ресурсом Macmillan Dictionary Buzzword в 2016 году. Модные слова анализируются с точки зрения их словообразовательной структуры и происхождения. Авторы рассматривают основные тенденции в образовании модных слов, приводят примеры их употребления и предлагают варианты перевода.

Ключевые слова и фразы: модное слово; неологизм; слово-слиток; телескопия; словосложение; описательный перевод.

Петрова Екатерина Евгеньевна, к. филол. н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет
katerinaveg@yandex.ru

Курсанина Елена Евгеньевна, к. филол. н., доцент
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
ekursanina@gmail.com

МОДНЫЕ СЛОВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА 2016 ГОДА

Модные слова (buzz word, vogue word, fashion word) – особый род новых слов и речевых конструкций, часто используемых в коммерции, пропаганде и профессиональной деятельности для оказания впечатления осведомленности говорящего и для придания чему-либо образа важности, уникальности или новизны [6].

«Модные» слова представляют собой пластичный слой лексики, обладающей социальной и психологической обусловленностью. Н. Г. Журавлёва выделяет следующие критерии «модного» слова: относительная новизна, «свежесть» слова, его актуальность, современность, частотность, а также соответствие эстетическим вкусам и потребностям определённой части социума; кроме того, «модное» слово характеризуется расширением синтагматических связей, следствием которых является... опустошенность семантики» [2, с. 14]. Часто «модное» слово совпадает с неологизмом. Основной источник неологизмов – Интернет и социальные сети.

В английском языке новые слова появляются быстрее, чем в русском. Общеизвестно, что язык двух последних десятилетий разительно отличается от прежнего английского языка, причём изменения касаются, прежде всего, самого подвижного яруса языковой системы – лексики, а в нем – его прагматической составляющей [1, с. 97].

Материалом для настоящего исследования послужили данные интернет-сайта *Macmillan Dictionary Buzzword* [5] (Словарь «модных слов» Макмиллана), ежемесячно отслеживающего модные слова, которые появляются в печатных и электронных изданиях. Целью данной статьи является анализ модных слов 2016 года с точки зрения их происхождения, образования и трудностей перевода.

Gig economy (сущ.): *an employment concept in which people are paid for each specific, short-term task that they do and don't have conventional contracts of employment* [Ibidem]. / «Гигномика» – современная модель экономики, которая предполагает свободную и краткосрочную форму занятости – фриланс. Огромное количество профессионалов с большим набором навыков из разных сфер деятельности являются движущей силой роста «гигномики».

(1) *People who work in the gig economy have small jobs instead of – or as well as – full time jobs. Instead of a salary, workers get paid for the «gigs» they do, like a food delivery or a taxi journey* (BBC News 8th November. 2016) [Ibidem]. / Люди, работающие в «гигномике», выполняют мелкие виды работ вместо штатной работы или дополнительно к ней. Вместо зарплаты им платят за «халтуру», которую они выполняют, такую как доставка еды или извоза на такси (*здесь и далее перевод авторов статьи – Е. П., Е. К.*).

Gig economy образовано сложением существительных *gig* и *economy* (экономика). Сленговое словечко *gig* (работа, халтурка) первоначально (с 1920-х гг.) использовалось джазовыми музыкантами для обозначения представления, за которое они получали оплату, впоследствии это слово стало употребляться по отношению к любой работе.

В отличие от самостоятельной занятости (*self-employment*), «гигномика» отличается меньшими по объёму заданиями и меньшей регулярностью. Для многих это замечательный способ временных подработок, дающий возможность большей гибкости и полному контролю над своим рабочим временем. Недостатком данного способа трудоустройства является отсутствие социальных гарантий, оплаты отпусков и больничных, минимального размера оплаты, социального пакета и др.

Сочетание *gig economy* в последние два года используется чаще, чем синонимичные термины *sharing economy* (экономика совместного пользования, долевая экономика) и *concierge economy* (консьерж-экономика).

Webrooming (сущ.): *the practice of looking at a product online before going to a conventional store to buy it* [Ibidem]. / «Вебруминг» – посещение интернет-сайтов с целью просмотра товаров перед походом в обычный магазин.

(2) *«Webrooming: the new world of online shopping... It has become common for customers to research items at home and then buy them at... a local shop»* (Guardian. 22nd April. 2016) [Ibidem]. / «Вебруминг: новый мир онлайн-покупок... Теперь покупатели взяли моду находить нужный товар дома через Интернет, а затем покупать его в местном магазине».

По результатам опроса, проведённого консалтинговой компанией *Accenture* в 2013 году, 20% пользователей Интернета просматривают товары в Интернете перед посещением оффлайн-магазина, ещё 45% ответили, что, скорее всего, будут искать товары в Интернете. Противоположная практика – проверка товара в обычном магазине и последующая покупка его в Интернете получила название *showrooming*. Основная мотивация клиентов – избежать оплаты за доставку, более простая процедура возврата и обмена товара и возможность приобрести товар сразу.

Данное слово образовано словослиянием, или телескопией [3, с. 91], от существительных *web* (сеть) и *showrooming*. По модели *showrooming* образовался глагол *webroom* и соответствующее конкретное существительное *webroomer*, обозначающее покупателя такого типа. Как отмечает Т. А. Золотарёва, почти четверть (24%) всех лексических единиц архива *Buzzwords* образована именно методом телескопии, которая стала «одним из самых активных словообразовательных процессов, особенно востребованных при создании ёмких и экспрессивных слов» [Там же, с. 92].

Stuffocation (сущ.): *a feeling of stress caused by having so many things that you do not know how to use or store them all* [5]. / «Стафокация» – удушье от избытка материальных вещей; стресс, вызванный чрезмерным количеством вещей.

(3) *Our mum blogger worries that she might be spoiling her two sons (and is suffering from a touch of stuffocation)... Reading around online I can find plenty of other parents also complaining of stuffocating – suffocating in stuff* (Yahoo Lifestyle UK. 6th February. 2015) [Ibidem]. / Наша мама-блогер беспокоится, что она, возможно, балует двух своих сыновей (и страдает от избытка вещей)... Читая Интернет, я могу найти множество других родителей, также жалующихся на «стафокацию» – удушье от избытка вещей.

Это чувство подавленности от огромного количества материальных вещей (*stuff*), которое мы испытываем когда, например, нам приходится подолгу рыться в своих вещах, чтобы найти то, что нам нужно, а вместо удовольствия от подарка или новой вещи в доме мы испытываем тревогу – куда положить эту вещь и что с ней делать.

Данное слово является слитком существительных *stuff* (вещи, хлам) и *suffocation* (удушьё) и ассоциируется прежде всего с Джеймсом Уолманом, автором книги с одноимённым названием, который предсказал эту тенденцию (James Wallman «Stuffocation», 2013) [7]. Уолман продвигает эту концепцию через интернет-сайт

stuffocation.org, призывая людей избавиться от избытка вещей (to de-stuffocate). По модели глагола *suffocate* (задыхаться) был образован глагол *stuffocate* (задыхаться от избытка материальных вещей).

Vaporware / vapourware (American) (суш.): *a new product, especially computer software, that is announced to the general public but has not yet been produced or made available to buy* [5]. / Призрачный, фантомный продукт; новый продукт, о котором объявляют до его появления (причём процесс разработки держится в тайне).

В компьютерной индустрии этот термин описывает продукт, о разработке которого сообщается широкой публике, но который в результате так и не выпускается на рынок, при этом официально об отмене продукта не сообщается. Термин *vaporware* также используется в отношении анонсированных или предсказанных событий, которые в итоге так и не случаются. Иногда такие действия осуществляются с целью удержать потребителей от покупки конкурирующих продуктов, предлагающих большую функциональность [4].

(4) ...*However, since that initial announcement, the people at Blocks have fallen silent, leading many to presume the project was vapourware – an idea that would never become a reality (The Star Online. 4th June. 2015)* [5]. / ...Однако с момента первоначального объявления сотрудники компании Блокс молчат, наводя людей на мысль о том, что это фантомный проект – идея, которая никогда не воплотится в реальности.

Самые известные примеры продуктов, которые так и не появились в продаже – игровая приставка «Фантом» фирмы Инфинитум Лэбз (2003), видеоигры *Half-life 2: Episode Three* (2007). Этот термин может использоваться с оттенком сарказма для любого товара или услуги, о которых много говорят, но которые так и не появляются в продаже. *Vaporware* может обозначать продукт, появившийся на рынке с большим опозданием, как *Bluetooth* и *3G*.

Слово *vaporware* появилось ещё в начале 1980-х годов и приписывается инженеру Майкрософт Энн Винблэд (Ann Winblad), которая, услышав о задержке в разработке нового программного обеспечения, сравнила его с идеей «продажи дыма». Это слово носит пейоративный оттенок значения, возможно потому, что идея объявлять о продукте задолго до начала его продажи часто рассматривается как хитрая маркетинговая уловка, которая может дать компаниям, особенно крупным, конкурентное преимущество.

Vaporware является примером продуктивного использования суффикса *ware* в компьютерной сфере. Другие недавние примеры – *bloatware/fatware* (программное обеспечение, использующее слишком много памяти) и *zenware* (компьютерная программа, помогающая пользователю сконцентрироваться на текущей задаче и избежать отвлекающих факторов). *Vaporware* – это сложное слово, образованное от существительных *vapor* (пар; фантом) и *ware* (изделие, продукт производства), т.е. «фантомное изделие». Данный неологизм был создан по аналогии с терминами *hardware* (дословно – «твёрдое изделие»), которым в компьютерной сфере обозначают реально существующее оборудование, «железо», в отличие от *software* (дословно – «мягкое изделие»), то есть программное обеспечение.

Rainbow (прилаг.): *including people of several different races, cultures, political beliefs, etc.* [Ibidem]. / Многоцветный; включающий людей, принадлежащих к самым разным группам – этническим, культурным, политическим и т.д.

(5) *Ms Burton said the result «makes a very clear statement about Ireland, that we are a country of inclusion, a country of diversity, a rainbow nation where we are welcoming to everybody and inclusive of everybody» (Irish Times 23rd May 2015)* [Ibidem]... / Г-жа Бертон сказала, что этот результат «ясно указывает на то, что наша Ирландия является страной всеобщего единения, страной многообразия, многоцветной страной, в которой мы рады всем и объединяем всех»...

Слово *rainbow* (радуга) несёт чрезвычайно позитивную коннотацию, отсюда метафорическое значение – идея единства, в котором цвета радуги символизируют различные группы людей, объединённых в единое целое. Это прилагательное, которое может стоять только в препозиции к определяемому существительному. Чаще всего сочетается с существительными *alliance*, *coalition*, *nation*. Выражение *rainbow alliance* описывает группы разных людей, работающих вместе, ради достижения общей, обычно политической цели, либо правящий альянс, состоящий из ряда разных политических партий. Употребляется в основном в США, однако входит в моду и в Великобритании. Выражение *a rainbow nation* обозначает страну, в которой живут представители разных рас и культур. Данный неологизм также ассоциируется с движением за гендерные права, получившим название *LGBT* (лесбиянки, геи, бисексуалы и трансгендеры).

Автором термина *rainbow nation* считают активиста движения за социальные права архиепископа Десмонда Туту, который впервые употребил его в метафорическом значении для описания Южной Африки периода после апартеида. Позже было образовано существительное *rainbowism* (радужность), имеющее пейоративный оттенок значения и относящееся к идеализированному состоянию единства и примирения, игнорирующего реальные проблемы.

Crowdbirthing / crowd birthing / crowd-birthing (суш.): *giving birth to a baby in the presence of a large number of close relatives and/or friends* [Ibidem]. / «Роды в толпе»; рождение ребёнка в присутствии большого количества родственников и/или друзей.

(6) *Crowd birthing – or inviting throngs of people into the delivery room and/or documenting the experience on social media – might be the latest trend among pregnant women (ABC News. 30th July. 2015)* [Ibidem]. / По-видимому, «роды в толпе», то есть приглашение множества народу в родильную палату и/или публикация этого процесса в социальных сетях, – стало новомодным трендом среди беременных женщин.

Соответственно, для обозначения самого процесса появился глагол *to crowdbirth* (рожать в присутствии большого количества людей), и словосочетание *to have a crowdbirth*.

Этот неологизм появился летом 2015 года после исследования 2000 рожениц вебсайтом *Channel Mum*. Он образован словосложением от *crowd* (толпа) и *birth* (рождение) по аналогии с недавними неологизмами со вторым компонентом – *birth(ing): freebirth* – свободное рождение, т.е. роды без участия медицинского персонала и *hypnobirthing* – «гипнороды», роды с применением гипноза вместо традиционного обезболивания, а также по модели неологизмов *crowdsourcing* (краудсорсинг, привлечение к решению тех или иных проблем инновационной производственной деятельности широкого круга лиц для использования их творческих способностей на добровольных началах) и *crowdfunding* (краудфандинг, народное финансирование, добровольное объединение денег и других ресурсов, обычно через Интернет, для поддержки усилий других людей), в которых компонент *crowd-* обозначает привлечение большого количества людей для достижения какой-либо цели.

Brexit (сущ.): *the situation of the United Kingdom leaving the European Union* [Ibidem]. / Брексит; выход Великобритании из ЕС.

(7) *Betting markets put the odds that Britons opt to leave at two-to-one; some polls suggest the voters are evenly split; several cabinet ministers are campaigning for Brexit* (*Economist*. 27th February. 2016) [Ibidem]. / По данным рынков пари, шансы выхода Британии два к одному; согласно некоторым опросам общественного мнения, голоса распределяются поровну; некоторые члены кабинета министров выступают за Брексит.

Это слово-слиток, или частичный телескопизм [3, с. 91], образованный от первых двух букв *British* и существительного *exit* (выход). Оно было создано в 2012 году по модели *Grexit* – термин, появившийся немного раньше и обозначающий возможность выхода Греции из еврозоны. Создание этого слова приписывают экономисту Ибрагиму Рахбари (*Ebrahim Rahbari*). По той же модели были созданы слова *Fixit* и *Czechit* – о возможности выхода Финляндии и Чехии соответственно. Сторонники выхода из еврозоны получили наименование *brexiters* или *brexiteers* («брекситёры»). Второе слово является слитком *Brexit* и *pioneer*.

Слово *Brexit* отражает растущую в последние годы тенденцию создания новых запоминающихся выражений для описания сценария определённой темы. Среди множества подобных примеров можно отметить модное слово *Titanorak* – человек, одержимый Титаником, затонувшим в 1912 году; *Henmania* – обожание британского теннисиста Тима Хенмана (*Tim Henman*); *Iraqnophobia* – иррациональный страх перед Ираком, его возможностью применения ядерного и биологического оружия; *Frankenstorm* – очень сильный и опасный шторм, созданный комбинацией штормов. Эти модные словечки появляются и исчезают вместе с текущими событиями, однако они создаются часто и входят в моду благодаря Интернету.

Swipe (глагол): *to move your finger across the touch screen of a tablet or smartphone in order to move to a new page, make a choice, etc.* [5]. / Провести пальцем по сенсорному экрану планшета или смартфона, чтобы перевернуть страницу.

(8) *Swipe across the Hello screen to begin the setup process* (*Cult of Mac*. 31st March. 2016) [Ibidem]. / Проведите по экрану *Hello*, чтобы начать процесс установки.

Данный глагол может употребляться как переходный (*swipe the screen/the image*) и как непереходный, часто с наречием, обозначающим направление движения – *up, down, across, left, right* и т.д. От него образовались сложные глаголы *left-swipe* и *right-swipe* – соответственно, «выбирать какую-либо опцию на экране», либо «отказываться от неё», и пассивные формы *be/get left-swiped/right-swiped* – если вы являетесь объектом выбора.

Новое значение *swipe* появилось после 2010 года, когда Эппл выпустил *iPad*. Само слово *swipe* было впервые зарегистрировано в начале XIX века в значении «сильный удар», другие значения развились позже, а значение «считывающее устройство для магнитных карточек» появилось в 1990-е годы. Словообразование посредством переосмысления, когда уже существующие слова приобретают новые значения, оказалось особенно продуктивным в цифровую эпоху, начиная с 1990-х годов с появлением новых значений у слов *web, window, surf* и *browse*. Более современные примеры – *share* (общаться в социальных сетях), *post* – отправлять информацию в Интернете, *tweet* – отправлять короткие сообщения в Твиттере и других соц. сетях; *friend* – как переходный глагол в значении «добавлять кого-либо в список друзей в соц. сети» и т.д.

4. **Sharewashing / share-washing** (сущ.): *a marketing strategy which deceives people by trying to suggest that a business is motivated by principles of sharing rather than conventional profits* [Ibidem]. / Маркетинговая стратегия, при которой людей обманывают, внушая им, что тот или иной бизнес основан на принципах совместного использования, а не на прибыли.

(9) *The key difference between the promise of the actual sharing economy, and the flood of sharewashing companies seeking to hide under its mantle, is that the latter inescapably involve monetary exchange, for profit, in stark contrast to any definition of sharing* (*OpEdNews*, 13/05/2013) [Ibidem]... / Основное различие между обещанием фактической экономики обмена и наплывом компаний, стремящихся укрыться под этой мантией, состоит в том, что последняя неизбежно включает денежный обмен с целью получения прибыли, что резко контрастирует с любым определением «обмена»...

Sharing economy – «экономика обмена» – экономическая система, при которой разные люди или организации кооперируются друг с другом, чтобы совместно создавать, использовать либо потреблять какие-либо товары или услуги. Одним из первых и наиболее успешных представителей уникальной индустрии считается *Airbnb*. Данная организация отвечает за размещение туристов и предоставление им временного жилья. Критики этой популярной модели, желающие разоблачить её, создали термин *sharewashing*, утверждая, что такие компании не предоставляют своим работникам всех преимуществ традиционного трудоустройства.

Это слово появилось около трёх лет назад и является слитком словосочетания *sharing economy* и глагола *whitewash* в значении «отбелить, приукрасить, скрыть недостатки». Вероятно, этот неологизм был создан по аналогии с неологизмом начала 1990-х годов *greenwashing* – «гринвошинг», зелёный камуфляж, зелёная отмывка, т.е. имитация компаниями экополитики с целью привлечения покупателей. После создания неологизма *greenwash* элемент *-wash* получил тенденцию превращения в суффикс со значением «прикрыть, замаскировать». Другие примеры – *mathwash* – попытка придать чему-либо рациональное математическое основание, *straightwash* – попытка изобразить исторических лиц-геев гетеросексуальными.

5. **Nowcast / now-cast (сущ.):** 1) *a description of an economic or political situation based on analysis of information at the present time* [Ibidem]. / «Наукаст»; описание экономической или политической ситуации, основанное на анализе информации в настоящий момент; 2) *a description of weather conditions at the present time and in the immediate future* [Ibidem]. / Описание погодных условий в настоящее время и в ближайшем будущем.

(10) *The now-cast isn't a forecast; it's a hypothetical projection of what would happen if the election were held today (FiveThirtyEight. 29th June. 2016)* [Ibidem]. / «Наукаст» – это не прогноз; это гипотетическая проекция того, что произошло бы, если бы выборы были проведены сегодня.

Этот неологизм является слитком наречия *now* и существительного *forecast* (прогноз) и обозначает предсказание результата чего-либо, основанное на информации, доступной в настоящий момент, иными словами – гипотетическая модель, основанная на новейшей информации. От существительного *nowcast* образовались по конверсии переходный глагол *to nowcast* и существительное *nowcasting*.

Термин *nowcast* (прогноз на настоящее время) возник в сфере метеорологии: слово было создано в 1980-е годы британским метеорологом профессором Кейтом Браунингом (Professor Keith Browning), который описывал экстраполяцию данных для получения очень кратковременного прогноза. Его расширение в сферу политики и экономики произошло совсем недавно.

Не следует путать морфологический состав слов *nowcast* и *podcast* (подкаст, звуковой или видеофайл, распространяемый бесплатно через Интернет), поскольку последний является слитком слов *iPod* (*Aünod*) и *broadcast* (вещать).

Слова, ставшие модными в минувшем году, отражают важные тенденции в сфере экономики, бизнесе, политики и повседневной жизни человека. Не все эти слова войдут в языковой узус, многие из них, скорее всего, останутся окказионализмами. Все рассмотренные лексемы являются неологизмами, образованными тремя продуктивными способами – словослиянием (*webrooming*, *stuffocation*, *vaporware*, *Brexit*, *nowcast*), словосложением (*gig economy*, *crowdbirthing*), переосмыслением значений (*rainbow*, *swipe*). Эти слова быстро порождают однокоренные слова, образующиеся по конверсии либо аффиксацией (*nowcast* – *to nowcast*, *nowcasting*). При переводе таких слов иногда используется транскрипция и транслитерация (Брексит, стаффокация), калькирование (фантомный продукт), но в большинстве случаев необходим описательный перевод.

Список источников

1. Власова К. А., Титова М. Н. «Модные» слова в современном английском языке // Молодой ученый. 2015. № 23.2 (103.2). С. 96-98.
2. Журавлёва Н. Г. Феномен «модного» слова: лингвопрагматический аспект: автореф. дисс. ... к. филол. н. Ставрополь, 2010. 25 с.
3. Золотарёва Т. А. Структурный анализ телескопных новообразований в современном английском языке // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Вопросы германистики. 2001. № 2. С. 91-94.
4. Википедия [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 18.02.2017).
5. <http://www.macmillandictionary.com/> (дата обращения: 18.02.2017).
6. Vogue words, buzz words and catch phrases [Электронный ресурс]. URL: <http://www.helennic.narod.ru/vogue.htm> (дата обращения: 18.02.2017).
7. Wallman J. *Stuffocation*. N. Y.: Crux Publishing, 2013. 350 p.

FASHION WORDS IN THE ENGLISH LANGUAGE IN 2016

Petrova Ekaterina Evgen'evna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
St. Petersburg University
katerinaveg@yandex.ru

Kursanina Elena Evgen'evna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Saint-Petersburg State University in Economics
ekursanina@gmail.com

The article discusses the fashion words of the English language, registered with the Macmillan Dictionary Buzzword in 2016. Fancy words are analyzed from the point of view of their derivational structure and origin. The authors examine the main trends in the formation of buzz words, give examples of their use and offer options of translation.

Key words and phrases: fashion word; neologism; word-ingot; telescopy; stem-composition; descriptive translation.