

Николаева Елена Валентиновна

### **"СЛОВА ГОДА" КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ КОНЦЕПТЫ**

Статья посвящена осмыслению практики выбора "Слов года" в разных языковых культурах. Кросскультурный анализ семантических полей "Слов года" в синхронической и диахронической перспективах показал большую политизированность и экстравертность российских "Слов года" по сравнению с англоязычными "Words of the year" (WOTY). Среди англоязычных WOTY выявлено значительное количество неологизмов, в том числе сложносоставных слов, образованных путем контаминации.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2017/10-1/41.html](http://www.gramota.net/materials/2/2017/10-1/41.html)

Источник

### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2017. № 10(76): в 3-х ч. Ч. 1. С. 154-157. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2017/10-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2017/10-1/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

Имя собственное *Bosch* и прилагательное *Dickensian* входят в образную составляющую концепта *ugliness* (уродство), где имя художника ассоциируется с “deformed, bloated, cadaverous, or disease-ridden faces” [Ibidem, p. 394] (искаженные, распухшие, мертвенно-бледные лица с отпечатком смерти), а прилагательное, образованное от имени писателя, обозначает “a person’s repulsive appearance” [Ibidem] (отвратительная внешность человека).

Несомненно, данные метонимические имена обладают некоторым аллюзивным потенциалом, однако представляется, что степень аллюзивности метафорических имен собственных значительно выше, так как метафора, являясь переносом по сходству, а не по смежности, лежит в основе аллюзии как косвенной ссылки на какое-либо событие или лицо.

Итак, проведенный анализ прецедентных и аллюзивных имен, входящих в образный компонент британского лингвокультурного концепта *beauty* (красота), позволил установить следующие устойчивые связи данного концепта: концепт *female beauty* (женская красота) связан с концептами *grace* (грация), *seduction* (соблазнение), *danger* (опасность); концепт *male beauty* (мужская красота) раскрывается через привлекательную внешность (*a handsome face and gorgeous body*). Отметим, что сема *youth* (молодость) присутствует в характеристике мужской красоты, но не выходит на первый план в значении женских имен. В результате анализа первоначального контекста употребления прецедентных и аллюзивных имен была обнаружена взаимосвязь между красотой и несчастливой судьбой наделенного ей человека.

#### Список источников

1. Ганимед [Электронный ресурс] // Энциклопедия мифологии. URL: <http://godsbay.ru/hellas/ganimed.html> (дата обращения: 30.07.2017).
2. Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как системное образование // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. № 1. С. 29-34.
3. Delahunty A., Dignen Sh., Stock P. Oxford Dictionary of Allusions. N. Y.: Oxford University Press, 2001. 453 p.
4. Delahunty A., Dignen Sh., Stock P. Oxford Dictionary of Allusions. N. Y.: Oxford University Press, 2005. 472 p.
5. Grice A. I’m Like Bronte’s Heathcliff: Gordon Brown Reveals His Passionate Side [Электронный ресурс] // The Independent. 2008. 9<sup>th</sup> July. URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/im-like-bront-s-heathcliff-gordon-brown-reveals-his-passionate-side-863913.html> (дата обращения: 31.07.2017).

#### ALLUSIVE AND PRECEDENT ANTHROPONYMS IN THE STRUCTURE OF THE BRITISH LINGUOCULTURAL CONCEPT “BEAUTY”

Naumova Tat'yana Mikhailovna, Ph. D. in Philology  
N. A. Dobrolyubov State Linguistic University of Nizhny Novgorod  
[tmnow@yandex.ru](mailto:tmnow@yandex.ru)

In the article the allusive and precedent names-anthroponyms, which are a part of the figurative component of the British linguocultural concept “beauty”, are analyzed. As a result of the definitional and contextual analysis of the allusive anthroponyms of both British and non-British origin, the relations between the concept “beauty” and other concepts of the British conceptual sphere are revealed, and thus its place in it is identified. The author focuses on the analysis of allusive or non-allusive nature of anthroponyms, as well as on the reasons why some precedent names become allusive.

*Key words and phrases:* allusive anthroponym; precedent name; linguocultural concept; allusive meaning; figurative component of the concept.

УДК 81:316.77

Статья посвящена осмыслению практики выбора «Слов года» в разных языковых культурах. Кросскультурный анализ семантических полей «Слов года» в синхронической и диахронической перспективах показал большую политизированность и экстравертность российских «Слов года» по сравнению с англоязычными «Words of the year» (WOTY). Среди англоязычных WOTY выявлено значительное количество неологизмов, в том числе сложносоставных слов, образованных путем контаминации.

*Ключевые слова и фразы:* слово года; лингвокультурный концепт; лингвокультурная картина мира; социальная коммуникация; неологизмы; *word of the year*.

Николаева Елена Валентиновна, к. культурологии, доцент  
Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина, г. Москва  
[elena\\_nika@bk.ru](mailto:elena_nika@bk.ru)

#### «СЛОВА ГОДА» КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ КОНЦЕПТЫ

В последнее десятилетие во многих странах выбор «Слова года» превратился в обязательную лингвокультурную практику: с 1990-х годов “Words of the year” вошли в англоязычное лингвокультурное пространство,

в 2003 году свои «Слова года» появились в Голландии, в 2005 году – во Франции, в 2006 году – в Дании, в 2007 году – в России, в 2011 году – в Польше и т.д. Суть этой лингвокультурной процедуры заключается в том, что в конце каждого года наиболее часто употреблявшаяся в СМИ и в сетевой коммуникации фразеологическая единица (или даже паралингвистический символ) получает титул «Слово года» (*Word of the year, WOTY*).

С недавнего времени темы, связанные со «Словами года», не только становятся предметом публицистических дискуссий, но и начинают привлекать внимание филологов и культурологов. Ряд научных работ, выполненных в рамках современного языкознания и философии языка, посвящен лингвистическим, дискурсивным и социально-политическим аспектам «Слов года» [2; 8; 12; 15]. Целью настоящей статьи является кросскультурный анализ семантических полей российских «Слов года» и англоязычных “Words of the year” в синхронической и диахронической перспективах. «Слова года» рассматриваются с позиций лингвокультурологии как лингвокультурные концепты, отражающие специфические особенности национальных культур [1]. Под лингвокультурным концептом в контексте данного исследования понимается объективированная средствами национального языка «многомерная ментальная единица» [4, с. 75], включающая все порождаемое ею поле лингвокультурных коннотаций.

По существу, «Слово года» – это своего рода «лингвокультурный метаконцепт» [7], который одновременно создается в процессе социальных языковых коммуникаций и сам задает смысловой фрейм для последующих коммуникативных актов. Исходя из этого, можно рассматривать «Слова года» в разных национальных языках как «ключевые» фразеологические единицы, на основе которых в национальной культуре формируется и транслируется система представлений о внеязыковой действительности, релевантная для носителей данной культуры.

Первая акция по выявлению «Слова года» в вербальном пространстве средств массовой коммуникации прошла в 1971 году в Германии: по инициативе *Gesellschaft für Deutsche Sprache* («Общества немецкого языка») слово *aufmüpfig* («строптивый», «непкорный»), характеризовавшее обстановку в социальной и политической сфере тех лет, было определено в качестве “Das Wort des Jahres” [25]. В 1984 году «Самые популярные слова» были впервые определены японским издательством «Дзию Кокуминся» [16]. С 1990 года появляется “Word of the Year” (*WOTY*) по версии “American Dialect Society”, дополнительно определяются слова в категориях “Most Useful”, “Most Original”, “Most Unnecessary” и др. [24]. В 2000 г. появляется версия *WOTY* агентства “Global Language Monitor” (с дополнительными категориями “Phrase of the Year” и “Name of the Year”) [22]. В 2004 году добавляется еще один вариант английских “Words of the Year” от издательства “Oxford English Dictionary” с двумя версиями: для британского и американского языка (“US WOTY”, “UK WOTY”) [23]. С 2006 года свою версию *WOTY* предлагает издательство “Merriam-Webster” [17]. В это же время “The New York Times” начинает публиковать ежегодные списки *WOTY*, составленные американским лексикологом Грантом Барретом (*Grant Barrett*) [13].

В России «Слово года» было впервые выбрано в 2007 году членами неформального сообщества лингвистов, филологов, писателей, режиссеров и общественных деятелей в рамках проекта, руководителем которого является филолог и культуролог Михаил Эпштейн. В экспертный совет проекта «Слово года», помимо М. Эпштейна, входят писатели и поэты Елена Черникова (модератор групп «Слово года» и «Неологизм года» на *Фейсбуке*), Владимир Шаров и Татьяна Щербина, лингвисты Ольга Северская, Наталья Фатеева и Елена Шмелева, журналисты и филологи Андрей Архангельский, Марина Королева и Ксения Туркова, режиссер Владимир Мирзоев, филолог и педагог Евгения Абельюк, публицист Андрей Десницкий, философ-культуролог Григорий Тульчинский. Кроме «Слова года», дополнительно определяются слова в категориях «Фраза года», «Антиязык», «Неологизм», а также метавербальный «Лейтмотив года» [10; 11].

Механизмы выбора «слов года» в разных странах и разных сообществах сильно отличаются и в плане процедуры, и в плане прозрачности подведения итогов. Выбор осуществляется независимо друг от друга профессиональными лингвистическими ассоциациями и языковыми обществами [6; 14; 16; 17; 21-25], неформальными экспертами в области гуманитарных наук [11; 13; 15], а также простыми носителями языка в социальных сетях и блогах, таких как *Imhonet* (закрыт в 2017 году), *Facebook* (группы «Слово года» и «Неологизм года») и др. [9; 17; 18].

Выбор «Слов и фраз года» по версии издательств полностью или частично основан на статистическом анализе «больших данных» (*big data mining*) частотности использования языковых средств в печатных и электронных медиа, запросов в Интернете, блогосфере и социальных медиа [14; 21; 23]. В неформальных экспертных сообществах в течение года проводится мониторинг вербального пространства печатных и электронных медиа, по предложениям участников групп в социальных сетях составляется список слов-номинантов, затем на основе голосования экспертов формируется топ-лист «Слов года». На интернет-сайтах «Слово года» выбирается в ходе непосредственного голосования (*on-line polls*) из вариантов, предложенных самими пользователями [9; 17; 18].

Несмотря на определенную степень субъективности, «Слова года», представляющие собой наиболее часто употребляемые в публичной коммуникации фразеологические единицы, составляют «своеобразный социально-политический портрет года, реконструированный через номинативные лингвистические маркеры» [2, с. 49]. Так, в 2016 году «Словами года» были признаны *post-truth* (по версии *Oxford English Dictionary, USA, UK*), *paranoid* (*Cambridge Dictionary*), *surreal* (*Merriam-Webster Dictionary*), *Brexit* (*Collins English Dictionary*), *dumpster fire* (*American Dialect Society*), *xenophobia* (*Dictionary.com, USA*), *fake news* (*Macquarie Dictionary, Australia*), *postfaktisch* (*Gesellschaft für deutsche Sprache, Германия*), *брекзит* (Экспертный совет

«Слово года» под руководством М. Эпштейна, Россия), *коррупция* (он-лайн словарь *myslovo.com*, Украина) [6; 12; 14; 17; 18; 21-24]. Действительно, «Слова года» представляют собой своего рода смысловые вехи (*semantic milestones*), фиксирующие социолингвистические аспекты жизни языка и общества в микроисторической динамике. Независимо от процедуры выбора «Слова года» отражают объективные «векторы конфигурации смыслов» [3, с. 4], которые в тот или иной период актуализируются в национальных лингвокультурных картинах мира.

Важно, что выбор «Слова года», осуществляемый как специалистами, так и рядовыми носителями языка, является не столько статистической процедурой, сколько современной метаязыковой практикой, основанной на лингвокультурной рефлексии общества относительно значимых изменений в социально-политической, экономической и культурной жизни. При этом, как справедливо отмечает М. Эпштейн, «язык отражает общество не как зеркало, а как спарринг-партнер. Отражает удары, наносит свои, передразнивает, нападает, бросает вызов...» [10]. Нельзя не согласиться, что в семантическом поле российских «Слов года» присутствует изрядная доля иронии и даже сарказма, однако для англоязычных *WOTY* эта тенденция оказывается менее выражена.

Появление практики выбора «Слов года» во многих странах мира свидетельствует о кардинальном изменении в скорости эволюции национальных языков. Становится очевидным, что язык современных коммуникаций является столь же динамичным, как и социокультурные реалии XXI века. Лексические дескрипторы следуют за внеязыковой действительностью, построенной на постмодернистских принципах игры, многозначности и микса и правилах компьютерно-опосредованной коммуникации. Это подтверждается возникновением в последние годы все новых неологизмов, в том числе востребованностью сложносоставных слов, образованных слиянием усеченных основ [5, с. 88]. Все чаще неологизмы уже в течение нескольких лет, а то и одного года, входят в число самых употребляемых фразеологических единиц и оказываются в топ-10 «Слов года» (*Brexit, Trumpism, sharenting* [21]; *w00t* [17]; *locavore, refudiate* [23] и др.).

Особый интерес представляет анализ семантических полей «Слов года» разных лет в синхронической и диахронической перспективах. Так, русскоязычная лингвоконцептосфера, образованная «Словами года» в 2008-2016 годах, демонстрирует акцентирование экономико-политических проблем в пространстве российских медиа-коммуникаций (*кризис, Болотная, госдура, крымшай* и т.п.), та же семантика преобладает в списках топ-10 (*санкции, война, дно экономики, старт-ап, выборы* и т.д.) [10-12]. Кроме того, очевиден большой удельный вес «экстерриториальных» понятий, относящихся не столько к реалиям российской жизни, сколько к общемировым социально-политическим процессам (*беженцы* – «Слово года – 2015»; *брекзит* – «Слово года – 2016») [10; 11], при том что собственно в англоязычном семантическом поле *WOTY Brexit* занимает гораздо более скромные позиции (заявлено только в *Collins English Dictionary*) [21]. Заметно и возрастание количества явных заимствований, в основном англицизмов, в 2016 году по сравнению с предшествующим годом (*стартап* и *селфи* против *покемонов, допинга, лабутенов* и *трампизма*) [10; 11].

Особенностью англоязычных «Слов года» (*Words of the year*) является довольно большое количество неологизмов – сложносоставных слов, построенных на основе контаминации (*locavore*, от *local* – *местный* и *omnivore* – *всеядный*; *sharenting*, от *share* – *делиться (информацией)* и *parenting* – *воспитание детей*; *refudiate*, от *refute* – *опровергать* и *repudiate* – *отрекаться от ч.-л.*; *mansplain*, от *man* – *мужчина* и *explain* – *объяснять*; и т.п.) [18; 21; 23]. Заимствования из других языков весьма малочисленны: среди таких исключений японское *судоку* (цифровой кроссворд) и датское *hygge* (понятие, включающее в себя домашний уют, тепло и приятную атмосферу) [21; 23]. Семантические поля англоязычных *WOTY* менее политизированы по сравнению с российским и охватывают, кроме экономическо-политической (*post-truth (ноcm-npaвда)* [23]; *Brexit* [21]; *austerity (строгая экономия)* [14; 17]; *bailout (конвертирование в кредиты и облигации денег, вложенных в несостоятельное предприятие)* [17]), многие другие сферы культуры и социальной жизни (*culture, science, surreal* [Ibidem] и пр.), включая повседневность (*bovvered* (сленг. «меня не кольшует»); *hypermiling (техника вождения, позволяющая максимально сэкономить топливо)*; *locavore; hygge; coulrophobia (клоунофобия)* и др.) [23], компьютерно-опосредованную коммуникацию (*podcast; unfriend; 😊 (Face with Tears of Joy emoji); GIF* [Ibidem]; *#hashtag; app* (сокр. *application program*) [24]; *twitter; ♥ (The Heart emoji for love); 404* [22]), развлечения (*vape; selfie*) [23], экологические проблемы (*carbon footprint; carbon-neutral*) [Ibidem]. Некоторые *WOTY* пришли в повседневную коммуникацию из рекламы и произведений массовой культуры: *omnishambles (полная разруха)* – из сериала “The Thick of It” [19]; *simples (что-то несложное, простое для понимания)* – из рекламного слогана “Simples!” услуг страхования на сайте *comparethemarket.com* [20].

Завершая, подчеркнем, что «Слова / фразы года» не только маркируют наиболее важные политические, экономические и социокультурные события и явления того или иного года, но и фиксируют в подвижной, постоянно изменяющейся семантической матрице национального языка новые значимые элементы лингвокультурной картины мира.

Тема, связанная с лингвокультурным феноменом «Слово года», остается открытой для разносторонних (социо)лингвистических и философских исследований, а сама новая метаязыковая практика заслуживает глубокой научной рефлексии. Большие перспективы в плане сравнительного языкознания имеют кросскультурные исследования национальных «Слов года» в качестве лингвокультурных концептов, в том числе с позиций социо- и психолнгвистики (экстра- и интравертности лингвокультурных картин мира) в синхроническом срезе мировой культуры.

## Список источников

1. **Вежицкая А.** Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. М.: Языки славянской культуры, 2001. 272 с.
2. **Иссерс О. С.** В поисках общего словаря: дискурсивные практики новейшего времени через призму проектов «Слово года» // Политическая лингвистика. 2014. № 4 (50). С. 48-53.
3. **Карасик В. И.** Концепт как единица лингвокультурного кода // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2009. № 10 (44). С. 4-11.
4. **Карасик В. И., Слышкин Г. Г.** Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / под ред. И. А. Стернина. Воронеж: ВГУ, 2001. С. 75-80.
5. **Липилина Л. А.** Лексические слияния в современном английском языке // Вестник Российского государственного университета им. И. Канта. Серия: Филологические науки. 2006. № 2. С. 87-92.
6. **Словарь современного украинского сленга** [Электронный ресурс]. URL: <http://myslovo.com/> (дата обращения: 07.08.2017).
7. **Слышкин Г. Г.** Лингвокультурные концепты и метакоцепты. Волгоград: Перемена, 2004. 260 с.
8. **Стекольников Н. В.** Слово как знак времени (социолингвистический аспект) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2017. № 1. С. 27-31.
9. **Туркова К.** Словарный запас. Выпуск 39. Слово года [Электронный ресурс]. URL: <https://snob.ru/selected/entry/117759> (дата обращения: 21.08.2017).
10. **Эпштейн М.** Куда движется язык? Слова и лейтмотивы 2016 года [Электронный ресурс]. URL: [https://snob.ru/profile/27356/blog/117836#comment\\_846388](https://snob.ru/profile/27356/blog/117836#comment_846388) (дата обращения: 06.08.2017).
11. **Эпштейн М.** Слово года – 2015. Итоги выборов [Электронный ресурс]. URL: <https://snob.ru/profile/27356/blog/101993> (дата обращения: 06.08.2017).
12. **Эпштейн М.** Язык – не зеркало общества... Вербальные итоги 2013 [Электронный ресурс]. URL: [http://snob.ru/profile/27356/blog/70175#comment\\_681703](http://snob.ru/profile/27356/blog/70175#comment_681703) (дата обращения: 06.08.2014).
13. **Barret G.** All We Are Saying [Электронный ресурс] // The New York Times. 23.12.2007. URL: <http://www.nytimes.com/2007/12/23/weekinreview/23buzzwords.html> (дата обращения: 21.08.2017).
14. **Cambridge Dictionary's Word of the Year 2016** [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/2016/11/29/cambridge-dictionary-word-of-the-year-2016/> (дата обращения: 07.08.2017).
15. **Dent S.** Susie Dent's Words of the Year. Oxford: Oxford University Press, 2008. 160 p.
16. **Dictionary Pros Pick Their Top New Words for 2016** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nippon.com/en/features/c03803/> (дата обращения: 21.08.2017).
17. **Gallery: Word of the Year 2016** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/word-of-the-year-2016> (дата обращения: 07.08.2017).
18. **Macquarie Dictionary Word of the Year** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/resources/view/word/of/the/year/> (дата обращения: 21.08.2017).
19. **Maxwell K.** Omnishambles [Электронный ресурс]. URL: <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/omnishambles.html> (дата обращения: 21.08.2017).
20. **Maxwell K.** Simples [Электронный ресурс]. URL: <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/simples.html> (дата обращения: 21.08.2017).
21. **Top 10 Collins Words of the Year 2016** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.collinsdictionary.com/word-lovers-blog/new/top-10-collins-words-of-the-year-2016,323,HCB.html> (дата обращения: 07.08.2017).
22. **Top Words for the First 15 Years of the 21st Century & What They Portend** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.languagemonitor.com/global-english/top-words-for-the-first-15-years-of-the-21st-century-the-trends-they-portend/> (дата обращения: 21.08.2017).
23. **Word of the Year** [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/> (дата обращения: 07.08.2017).
24. **Words of the Year. American Dialect Society** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.americandialect.org/woty> (дата обращения: 07.08.2017).
25. **Wort des Jahres** [Электронный ресурс] // Gesellschaft für deutsche Sprache. URL: <http://gfds.de/aktionen/wort-des-jahres/> (дата обращения: 21.08.2017).

## “WORDS OF THE YEAR” AS LINGUOCULTURAL CONCEPTS

**Nikolaeva Elena Valentinovna**, Ph. D. in Culturology, Associate Professor  
*Russian State University named after A. N. Kosygin, Moscow*  
*elena\_nika@bk.ru*

The article is devoted to understanding the practice of choosing “Words of the year” in different linguistic cultures. The cross-cultural analysis of the semantic fields of “Words of the year” in synchronic and diachronic perspectives showed the greater political nature and extroversion of the Russian “Words of the year” in comparison with the English-language “Words of the year” (WOTY). Among the English-language WOTY a significant number of neologisms, including compound words formed by contamination, are revealed.

*Key words and phrases:* word of the year; linguocultural concept; linguocultural worldview; social communication; neologisms.