

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.9.31>

Аксёнова Наталия Валерьевна

Особенности английских неологизмов понятийно-тематической области COVID-19

Статья посвящена исследованию новейшей английской лексики, ее выделению и структурированию с точки зрения функциональной действительности. Цель исследования - определить влияние пандемии COVID-19 как внеязыкового явления на особенности формирования неолексик в английском языке с учетом ментальных моделей. В данной статье проводится сравнение неологизмов, которые появились в промежутке с 1 января по 1 июля 2019 года и с 1 января по 1 июля 2020 года. Научная новизна исследования заключается в выделении трендов в группировании новейшей лексики по темам и связывании их с режимом карантина/самоизоляции во время пандемии. В результате были выделены тематические группы, в которых влияние большей изоляции людей друг от друга акцентирует либо противодействует сложившимся ранее тенденциям.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/9/31.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 9. С. 172-176. ISSN 1997-2911.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/9/

© 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

Some Prosodic Features of Speech of the Modern British Youth Representatives

Abramova Galina Sergeevna, PhD
Moscow City University
abramovags@mgpu.ru

The study aims to identify prosodic features of the speech produced by representatives of the modern British youth. The article presents results of auditory and acoustic analyses, identifies general tendencies in the modern British youth's speech. Scientific novelty of the research lies in taking the comprehensive approach to studying prosodic features of the speech produced by representatives of the modern British youth, taking into account sociocultural factors, as well as in painting a phonetic portrait of a representative of the modern British youth. As a result, consistent prosodic features of the speech produced by the modern British youth were identified and fashionable tendencies in pronunciation were proved to be present.

Key words and phrases: phonetic portraits of the modern British youth; prosody; accent; sociocultural factors; fashionable tendencies in pronunciation.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.9.31>

Дата поступления рукописи: 12.07.2020

Статья посвящена исследованию новейшей английской лексики, ее выделению и структурированию с точки зрения функциональной действительности. Цель исследования – определить влияние пандемии COVID-19 как внеязыкового явления на особенности формирования неологизмов в английском языке с учетом ментальных моделей. В данной статье проводится сравнение неологизмов, которые появились в промежутке с 1 января по 1 июля 2019 года и с 1 января по 1 июля 2020 года. Научная новизна исследования заключается в выделении трендов в группировании новейшей лексики по темам и связывании их с режимом карантина/самоизоляции во время пандемии. В результате были выделены тематические группы, в которых влияние большей изоляции людей друг от друга акцентирует либо противодействует сложившимся ранее тенденциям.

Ключевые слова и фразы: английский язык; неологизмы; неологизмы; понятийно-тематическая область COVID-19.

Аксёнова Наталия Валерьевна, к. филол. н.
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
polozova15@tpu.ru

Особенности английских неологизмов понятийно-тематической области COVID-19

Актуальность данного исследования определяется постоянным развитием английского языка, появлением новых лексических единиц, которые непосредственным образом влияют не только на расширение словарного запаса, но и на изменения в области лексикологии. В данной статье приведена подборка «свежих» и относительно распространенных английских неологизмов в контексте влияния пандемии на человека и его роль в обществе. Как минимум первая половина 2020 года прошла во всём мире под знаком коронавируса COVID-19, пандемия которого до сих пор (июль 2020 года) продолжается. Такое масштабное явление не могло не найти языкового отражения.

Для достижения поставленной цели были определены следующие *задачи*: выделить недавно образованные новые лексические единицы, сгруппировать слова по тематическим блокам, выделить те примеры неологизмов, которые подверглись влиянию пандемии Covid-19, сравнить тематическое распределение слов до и во время пандемии.

Основными *методами исследования* выбраны описательный метод, сравнительный метод, анализ лексических дефиниций, метод количественного подсчета.

Теоретической базой исследования послужили труды следующих исследователей: Л. Б. Гацаловой [2], Е. А. Кольцовой [3], А. Ю. Снисар [7], С. Г. Тер-Минасовой [8], А. А. Уфимцевой [9].

Практическая значимость работы состоит в возможности применения полученных результатов в курсе по лексикологии, спецкурсах по изучению современного английского языка и лингвистике.

Особенности лексического отражения этого внеязыкового явления и составляют предмет данной статьи. Объектом исследования стали слова и выражения, которые были включены в электронный блог Cambridge Dictionary.

Материалом исследования послужили примеры неологизмов в количестве 74 единиц за 2019 год и 78 единиц за 2020 год, относящиеся к различным лексическим группам. Источником исследования выступил электронный блог Cambridge Dictionary [10].

Лексика – это совокупность слов, которые входят в состав языка или диалекта. Тесно взаимодействуя с грамматикой и фонетикой, лексика в качестве инструмента общения играет немаловажную роль. Необходимо принять во внимание непрерывное и постоянное пополнение лексики новыми лексическими единицами,

которые не только делают нашу речь более точной и разнообразной, но и привносят ряд межъязыковых трудностей, о которых писала С. Г. Тер-Минасова [8, с. 131]. Создаваемые новые лексические единицы рассматриваются с нескольких позиций: как языковые неологизмы и окказионализмы. Языковые неологизмы, как правило, входят в состав языка и укореняются, окказиональные неологизмы приходят лишь на время.

Неологизм – это новое слово, которое появилось в языке и благодаря частому использованию/популярности претендует на укоренение в языке. Таким образом, «одним из важнейших признаков неологизмов нужно признать их принятие и закрепление в общем употреблении, то есть вхождение в лексическую систему языка, в разряд общеупотребительной лексики» [4]. Одним из приоритетных и концептуально важных принципов при учете особенностей неологизмов в речи будет их привязка к особенностям «ментальной модели, существующей у человека» [1, с. 547]. Мы предполагаем, что появление неологизмов обусловлено «потребностями прагматического характера» [7, с. 155].

А. А. Уфимцева писала, что «язык фиксирует концептуальный мир человека, имеющий своим первоначальным источником реальный мир и деятельность в этом мире. При помощи лексических единиц номинации человек осуществляет репрезентацию объектов реального мира. В словах как номинативных единицах языка хранятся определенные знания о действительности, достаточные для того, чтобы идентифицировать обозначаемые словами реальные или идеальные сущности» [9, с. 120].

Безусловно, мы принимаем во внимание труды Г. В. Роговой, И. Н. Верещагиной [6] и их внимание к лексической стороне речи, основанной на трех важных компонентах: лингвистическом, методологическом и психологическом. И здесь мы соглашаемся с вышеупомянутыми авторами о необходимости учитывать психологическую составляющую и преобразовываем ее в ментальную модель человека, которая непременно задействована в создании новых лексических единиц.

Как отмечали Г. Брекле и Л. Липка, создание новых лексических единиц приводит к достижению коммуникации [14, S. 68-77], и, согласно the Global Language Monitor [11], количество слов в английском языке уже превысило порог в 1 057 379 на 1 января 2020 г. Изменения в лексике и появление новых слов (или дрейф значения) отражают изменения в самой вещной реальности и в оценке ее явлений с целью улучшить коммуникативный результат, добиться более точного отражения реальности в речи. Так, Л. Б. Гацалова [2, с. 11] вслед за Л. Жильбером говорит о том, что такие подходы, как стилистический, деноминативный и давление языковой системы, можно рассматривать как ключевые факторы, влияющие на образование новейшей лексики в языке.

Д. Ю. Пешкова в своей работе отмечает, что «языковой материал современности представляет собой обширное поле для неологических исследований» [5, с. 156].

Одним из достоинств блога Cambridge Dictionary [10] является его доступность, благодаря которой появилась возможность ознакомиться с новыми лексическими единицами и проголосовать за включение/невключение того или иного неологизма в сам словарь или занять нейтральную, выжидательную позицию. Если «за» проголосовало больше человек, то слово чуть позднее можно найти в электронном словаре. Также, например, российский электронный словарь Multitran [12] включает те слова, за которые проголосовало большинство. Ранее оксфордский онлайн-словарь уже был объектом исследования, и в тот момент «общий объем анализируемых слов и выражений составил 77. Большая часть рассматриваемых единиц была включена в списки слов года» [3, с. 604].

Для сравнения мы взяли два равных временных промежутка: до пандемии (с 1 января по 1 июля 2019 г.) и во время пандемии (с 1 января по 1 июля 2020 г.). Неологизмы, опубликованные в эти периоды, были расортированы по группам. Это следующие 13 тематических групп: «Образование», «Дом и сад», «Путешествия», «Люди и отношения», «Здоровье», «Окружающая среда», «Преступность», «Технологии и наука», «Культура», «Одежда», «Работа», «Еда» и «Покупки». Ниже приведено по одному примеру неологизма для каждой группы. С полным списком, включающим также примеры употребления в контексте, можно ознакомиться в документе [13].

Группа 1. Образование (education)

Edupreneur – an entrepreneur who works in the field of education (предприниматель, работающий в сфере образования) (здесь и далее перевод автора статьи. – *Н. А.*).

Группа 2. Садоводство и дом (gardening and house)

Urban creep – the gradual loss of green space in a city that happens when gardens are paved over, house extensions are built etc. (потеря зеленых насаждений в городе в результате замощения садов, строительства пристроек к зданиям).

Группа 3. Путешествия (travelling)

Air bridge – a flight route between two countries where the covid-19 virus is well controlled, enabling people to travel without having to go into quarantine afterwards (маршрут перелета между двумя странами, где вирус Ковид-19 хорошо контролируется, позволяющий людям путешествовать без попадания в карантин по прилету).

Группа 4. Люди и взаимоотношения (people and relationships)

Zumping – the act of ending a relationship by telling the other person during a video call (прекращение отношений путем видеозвонка).

Группа 5. Здоровье, болезни и их лечение (health, illnesses and their treatment)

London throat – a mild infection, similar to a cold, said to be common among people who live in London and caused by pollution (легкая инфекция, напоминает простуду, характерна для людей, живущих в Лондоне, и вызвана загрязнением окружающей среды).

Группа 6. Окружающая среда, проблемы и решения (environment, problems, solutions)

Climate criminal – a person or organization whose actions make the climate emergency worse (человек/организация, чьи действия нанесли вред климату).

Группа 7. Преступления (crime)

SMiShing – an attempt to trick someone into giving personal information by text message that would allow someone else to take money from them, for example by taking money out of their bank account. / Смишинг – получение личных данных по СМС с последующим хищением денежных средств.

Группа 8. Технология и наука (science)

Smart city – a city where information and communications technology is used to make life better for its residents (город, в котором информационные и коммуникационные технологии используются, чтобы сделать жизнь жителей лучше).

Группа 9. Культура (culture)

Art acne – damage on the surface of paintings in the form of small bumps, caused by a chemical reaction (повреждение на картине, вызванное химической реакцией).

Группа 10. Предметы одежды (clothes)

Powerband – a style of broad headband said to be worn mainly by young upper-class women (широкий ободок, который носят молодые представительницы высшего класса).

Группа 11. Еда (food)

Seacuterie – an assortment of cold fish and shellfish, cooked or prepared in different ways (ассортимент охлажденной рыбы и моллюсков, приготовленных разными способами).

Группа 12. Работа (work)

Flat white economy – the wealth created through the large number of people using a coffee shop or café to work in, rather than working in an office (доход, получаемый большей частью населения за счет работы в кафе, а не в офисах).

Группа 13. Покупки (shopping)

Magic point of sale – a shop or e-commerce site where customers can use new technologies such as augmented reality to browse and test products before they buy them (сайты магазинов, где покупатели могут воспользоваться новыми технологиями, чтобы протестировать продукты (дополненная реальность)).

С 1 января по 1 июля 2019 было опубликовано в электронном словаре Cambridge Dictionary 74 слова, с 1 января по 1 июля 2020 г. было опубликовано 78 слов (см. Таблицу 1).

Таблица 1. Сравнительная таблица новых лексических единиц по используемым тематикам

Тематическая группа	Слов в 2020 г.	Из них связанных с COVID-19	Слов в 2019 г.
Образование	8	2	
Дом и сад	13		6
Путешествие	2	2	4
Люди и отношения	15	6	9
Здоровье	6		11
Окружающая среда	13		3
Преступность	4		
Технологии	9		12
Культура	2		7
Одежда	2		3
Еда	4		9
Работа	0		6
Покупки	0		3
ВСЕГО	78	10	74

Группой с самым активным образованием неологизмов в 2020 году стала группа «Люди и отношения», что, как нам кажется, во многом связано с продолжающейся пандемией COVID-19, затронувшей человеческие взаимоотношения. Весь количественный рост относительно предыдущего периода – это слова, связанные с пандемией. При этом пандемия никак не повлияла на новую лексику в тематической группе «Здоровье», поскольку с точки зрения медицины это событие не принесло ничего нового – в этой группе наблюдается снижение количества новых слов, и ни один из неологизмов 2020 года не связан с COVID-19. Аналогичный процесс более явно проявляется в тематической группе «Работа», а именно в ней полностью отсутствуют новые слова в 2020 году. Хотя это может показаться парадоксальным, но переход значительной части работников на дистанционную работу не привёл к активному словообразованию, так как все связанные с этим технологии и особенности взаимодействия уже были введены ранее, когда на дистанционную работу переходила небольшая доля сотрудников, эти слова не получали такого широкого использования (например, слово 2019 года *shoffice* (впервые замеченное в поиске Google еще в 2015 году), образованное сращением слов *shed* и *office* и обозначающее «офис, организованный в сарае»).

Пандемия существенно затронула образование. В этой области сложно выделить прямое влияние COVID-19, так как хотя многие понятия, связанные с дистанционным обучением, существовали в профессиональном

сообществе и ранее, но они актуализировались и получили широкую известность именно в связи с пандемией. В первом полугодии 2019 года, для сравнения, не было опубликовано ни одного неологизма, связанного с образованием, а 6 из 8 связанных с образованием новых слов 2020 года относятся к применению информационных технологий и дистанционного обучения, актуализированных текущей ситуацией (*flexi-schooling*, *microschool*, *zoombombing* и др.).

В тематической группе «Путешествия» все неологизмы связаны именно с трудностями путешествий во время эпидемии COVID-19, очевидно, за отсутствием собственно путешествий (*corona corridor*, *air bridge*). Видимо, позже следует ожидать появления новых «пандемийных» слов в тематической группе «Еда» в связи с увеличившимся потреблением еды навынос и новыми правилами для ресторанов, но пока имеющиеся данные этих слов не отражают.

Рассмотрим тематическую группу «Одежда». Слова, опубликованные в 2019 году, относились к той или иной форме необычного использования предметов одежды, будь то накидывание жакета на плечи (*shrobbing*) или использование свитера вместо шарфа (*jarfing*). Слова, опубликованные в 2020, – это «ребрендинг» широкого ободка для волос из 80-х как *powerband* и регистрация пришедшей из Кореи моды на одинаковые по дизайну вещи для пары, подчеркивающие их отношения для наблюдателей (*twinning*). Это явно «догоняющие» тенденции, описывающие ранее существовавшие явления, поскольку введение различных режимов изоляции на некоторое время «отменило» моду.

Количественные соотношения между темами отражают потенциал образования неологизмов, из их анализа видно, что новые слова более активно образуются в группах «Люди и отношения» и «Дом и сад», где бурное развитие межличностных отношений в связи с распадом расширенной семьи и заменой ее функций другими общественными институтами и явлениями, а также изменение отношения к дому (всё больше людей работает из дома и, как следствие, уделяет ему больше внимания) находит отражение в появлении новой лексики. Этот тренд был лишь еще более акцентирован пандемией. При этом, однако, можно смело сказать, что в тематических областях, где наблюдается множество неологизмов, значительное их количество утратит свою актуальность и не будет использоваться в будущем, в то время как слово *twinning*, являющееся одним из лишь двух новых слов, относящихся к одежде, имеет большие шансы закрепиться. Неравная важность слов, включенных в список Кембриджского блога, отражается в их неравном применении. Например, поисковик Google выдает 134 000 страниц по запросу “*covexit*” и 1 890 000 страниц по запросу “*twinning clothes*” (второе слово нужно для отграничения от употребления *twinning* в других значениях, от кристаллографии до дублирующих дорог). Поэтому вопрос о том, какая доля из новых слов в разных тематических группах закрепляется в языке в долгосрочной перспективе, требует дальнейшего исследования.

Таким образом, мы приходим к **выводам** о том, что пандемия COVID-19, в результате которой миллионы людей оказались ограничены в передвижении и «живом» социальном взаимодействии, усилила имевшиеся ранее тенденции изменений в обществе, прежде всего переход к дистанционному обучению и дистанционной работе, но также и растущую важность межличностных связей между соседями, людьми, связанными пространственным соположением (в противоположность уходящим связям семейным, по происхождению).

Итак, были выделены следующие группы, на которые нововведения, связанные с пандемией COVID-19, оказали существенное влияние: «Люди и отношения» (6 слов, в состав которых входят слова, образованные напрямую от названия Covid/corona (*coronial*, *covidivorce*, *covexit*), и слова, смысловое значение которых подразумевает принадлежность к области Covid/corona (*double bubble*, *social bubble*, *quaranteen*)), «Образование» (2 слова: *zoombombing* и *infodemic*) и «Путешествия» (2 слова: *corona corridor* и *air bridge*). Стоит отметить, что в первой половине 2020 г. группа «Люди и отношения» лидирует в появлении новых слов – 15(6)/9, далее идут группы «Дом и сад» – 13/6 и «Окружающая среда» – 13/3. В последних двух группах нет новых слов, связанных с COVID-19, можно предположить, что это говорит о том, что люди на первое место вынесли свои отношения в социуме и отношение к социуму (ссылаясь на собственную ментальную модель, согласно которой человек выстраивает концепцию отношений и предпочтений). Также и профессиональные обороты, связанные с дистанционным образованием, получили широкое хождение в массах. В то же время другие области были подавлены (тематические группы «Одежда», «Путешествия», «Еда»). В этих тематических группах воздействие пандемии на языковую реальность, видимо, отразится позднее, когда ослабление карантинных мер вернет в мир моду, путешествия и рестораны, но в уже измененном виде, и эти изменения нужно будет описывать языковыми средствами.

Полученные результаты свидетельствуют о **перспективности дальнейшего исследования** неолексики, ее динамики и закономерностей усвоения языком различных новообразований.

Список источников

1. Аксёнова Н. В. Ментальная модель как инструмент при организации обучения иностранному языку в техническом вузе // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания: материалы III Международной научно-практической конференции / отв. ред. Е. А. Пригодич. Мн.: БГУ, 2020. С. 545-551.
2. Гацалова Л. Б. Неология как наука в общей парадигме современного языкознания (на материале русского и осетинского языков): автореф. дисс. ... д. филол. н. Нальчик, 2005. 43 с.
3. Кольцова Е. А. Неологизмы английского языка XXI века // Вестник Российского университета дружбы народов. Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8. № 3. С. 604-613.
4. Мельник Ю. А., Штехман Е. А. К вопросу о статусе неологизма в современной лингвистике [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=21100> (дата обращения: 03.07.2020).

5. Пешкова Д. Ю. Английская неология: способы пополнения вокабуляра на современном этапе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Филологические науки. 2019. № 6 (139). С. 155-160.
6. Рогова Г. В., Верещагина И. Н. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в средней школе: пособие для учителя. М.: Просвещение, 1988. 224 с.
7. Снисар А. Ю. Специфика актуализации неологизмов с точки зрения их функциональной нагрузки // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 11 (77). Ч. 3. С. 155-159.
8. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: МГУ, 2004. 368 с.
9. Уфимцева А. А. Слово в лексико-семантической системе языка. М.: Наука, 1968. 272 с.
10. <https://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms/> (дата обращения: 02.07.2020).
11. <https://languagemonitor.com/number-of-words-in-english/no-of-words/> (дата обращения: 30.06.2020).
12. <https://www.multitran.com/m.exe?l1=1&l2=2> (дата обращения: 11.07.2020).
13. Neologisms that were included into the Cambridge Dictionary list since 01.01.2020 – 01.07.2020 and since 01.01.2019 – 01.07.2019 [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1x1-Nls15GjEhplfZTydLe-UXoaQuKqXX6Ahjt-rQqE/edit#gid=0> (дата обращения: 16.07.2020).
14. *Wortbildung, Syntax und Morphologie: Festschrift für Hans Marchand* / hrsg. von. E. Brekle, L. Lipka. The Hague – P.: Mouton, 1968. 250 S.

Specifics of the English Neologisms of the Conceptual-Thematic Area “COVID-19”

Aksenova Nataliya Valer'evna, PhD
National Research Tomsk Polytechnic University
polozova15@tpu.ru

The article is devoted to studying the English neologisms. The research objectives are as follows: to identify newly appeared lexical units and to classify them from the viewpoint of their functional load. The paper aims to reveal influence of COVID-19 pandemic as an extra-linguistic phenomenon on neologisms formation in the English language, taking into account mental models. The author compares neologisms that appeared in the period from January 1 to July 1, 2019 and from January 1 to July 1, 2020. Scientific originality of the study lies in the fact that the researcher reveals tendencies of neologisms formation, suggests a thematic classification of neologisms and shows that their origin is associated with the quarantine/self-isolation regime during the pandemic. The research findings are as follows: the author identifies thematic groups of neologisms which serve as examples of how self-isolation accentuates or counteracts the established tendencies.

Key words and phrases: English language; new vocabulary; neologisms; conceptual-thematic area “COVID-19”.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.9.32>

Дата поступления рукописи: 21.07.2020

В статье описан способ цифровизации слухового (аудитивного) анализа фразовой просодии, разработанный и апробированный в рамках исследования гендерного фактора в просодическом оформлении речи коммуникантов (американский вариант английского языка). Цель исследования: создать удобный и эффективный инструмент аудитивного анализа фразовой просодии – компьютерную программу. Научная новизна заключается в переосмыслении традиционных подходов к аудитивному анализу фразовой просодии в ключе повышения эффективности метода за счет автоматизации процедур и повышенной концентрации внимания пользователя на исследуемых аспектах просодии. Результаты: на основе описанного опыта была создана компьютерная программа аудитивного анализа фразовой просодии английского языка «Просодия 1.0».

Ключевые слова и фразы: аудитивный анализ; фразовая просодия; просодия; цифровизация; автоматизация; устная речь.

Банков Андрей Сергеевич, к. филол. н.
Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н. А. Добролюбова
bankov2007@yandex.ru

Способы цифровизации процедур аудитивного анализа просодического аспекта речи

Благодаря широкому распространению цифровых технологий доступность процедур инструментального анализа, осуществляемого в рамках экспериментальных фонетических исследований, значительно увеличилась. Для исследования частотных, амплитудных и темпоральных характеристик речи достаточно иметь персональный компьютер и незамысловатое программное обеспечение.

Актуальность вопроса разработки программного продукта заключается в том, что компьютеризация экспериментальных фонетических исследований при всех очевидных благах привела к возникновению определенного перекаса в пользу применения инструментальных (в основном акустических) методов исследований. Этому способствовали относительная простота и доступность акустического анализа, а также слабый прогресс в области снижения трудоемкости аудитивных (слуховых) методов. Аудитивный анализ в фонетике