

ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Рылькова Мария Сергеевна

Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)

В статье рассматриваются причины и следствия действия неологических процессов в новой лексике английского языка, возникшей в 2019–2022 годах. В результате выявляются экстралингвистические и интралингвистические факторы, обуславливающие развитие английского языка на современном этапе.

Ключевые слова: неологизм, экстралингвистический фактор, интралингвистический фактор, языковая экономия.

The study deals with the causes and consequences of neological processes in the English language in the period of 2019–2022. The analysis reveals extralinguistic and intralinguistic factors contributing to the formation of the new vocabulary for 2019–2022.

Keywords: neologisms, extralinguistic factor, intralinguistic factor, language economy.

Лексический состав английского языка находится в состоянии непрерывного развития. Бурное обновление английского языка в XXI веке обусловлено рядом причин: развитием экономики, науки и техники, из-

менениями в политике, трансформациями в сфере культурных и общественных отношений и т.д. Целью исследования является установление причин появления неологизмов в английском языке в период с 2019 по 2022 годы. Материалом для анализа послужили 102 лексические единицы, отобранные из трёх онлайн словарей английского языка: The Oxford English Dictionary [4], Cambridge Dictionary [2], Merriam-Webster Dictionary [3].

Неологизм – новое слово, выражение или новое значение у уже существующего слова, вновь появившееся в языке на определенном этапе его развития [1].

Как известно, новые слова появляются в сфере общественной и повседневной жизни людей. На примерах неологизмов современного английского языка можно проследить следующие направления номинации: мода, еда, проведение досуга, политические взгляды и другое. Так, активно пополняется вокабуляр английского языка в сфере питания. Здесь большую роль играют заимствования пищевых терминов, которые пришли из кухонь культур разных стран. Например, *chicharron* ‘a small piece of pork belly or pig skin that is fried and eaten usually as a snack’ (из испанского языка), *goetta* ‘meat (such as pork) mixed with oats, onions, and spices and fried in the form of a patty’ (из немецкого языка) [3].

Безусловно, сфера питания вызывает приток неологизмов, но быстрее всего язык меняется во время общественно значимых событий (например, войны или эпидемии), которые влияют на все слои населения. Одним из таких событий стал коронавирус. С появлением этой инфекции возникли следующие неологизмы: *social distancing*, *vaccinology*, *vaccine passport*, *PCR test*, *anti-vaxxer*, *self-isolation*. Для обозначения неологизмов, появившихся в период пандемии, существует даже специальный термин – *coroneologisms* ‘neologisms related to COVID-19’ [2]. Интересен и тот факт, что *COVID-19* – это первое новое слово в истории, которое попало в лексикон огромного количества людей за рекордно короткое время.

В период пандемии многие компании перешли в режим удаленной работы, а отпуска сотрудников часто переносились или вовсе отменялись, вследствие чего большую популярность в употреблении получили следующие неологизмы: *workation* ‘a holiday where you stay in a hotel or other accommodation and work from there’; *staycation* ‘a holiday that you take at home or near your home rather than travelling to another place’; *blursday* ‘a humorous way of referring to any day of the week in the time of

the COVID-19 pandemic, from the fact that it is sometimes difficult to know which day it is' [2]. В данных случаях наглядно проявляется сращение.

В связи с режимом удаленной работы активно пополнялся словообразовательный ряд неологизмов, образованный от производительной основы *Zoom*. Например, *zoombombing* 'the act of joining a meeting on the Zoom videoconferencing platform without having been invited, with the aim of disrupting it, often by posting inappropriate content' [2]. Из-за карантина, ставшим следствием коронавируса, всё больше и больше людей стали делать покупки в Интернете, в результате чего появился неологизм *comfort spending* 'the act of buying nice things for yourself in order to feel better when you are stressed or unhappy' [2]. По причине локдауна и самоизоляции некоторые пары молодожёнов начали устраивать мини-версии запланированной свадьбы. Следовательно, появилось новое явление, а вместе с ним и новое слово: *minimony* 'a small wedding ceremony that is held instead of, or before, a bigger celebration' [2].

Надо отметить, что большое количество неологизмов возникает благодаря общению в интернете. В век цифровых технологий гаджеты и приложения стали неотъемлемой частью нашей жизни. Многие и представить не могут свою жизнь без социальных сетей. Среди неологизмов, возникших для коммуникации в социальных сетях, отмечаются *to deplatform* 'to remove and ban (a registered user) from a mass communication medium (such as a social networking or blogging website)' [3], *gleefreshing* 'the activity of refreshing news websites and social media updates on your phone or other device in order to read positive news stories' [2], *clean inboxer* 'someone who reads and takes action on every email they receive when they receive it, so that there are never any unread emails in their inbox' [3].

Все вышеупомянутые неологизмы возникли в результате действия экстралингвистических факторов. Безусловно, нужно учитывать и интралингвистические факторы, которые обуславливают обновления языка изнутри. Проанализировав материал исследования, было установлено, что наибольшее влияние на появление новой лексики в английском языке оказывает принцип языковой экономии. Языковая экономия проявляется в таких словообразовательных процессах, как аббревиация, словосложение, словослияние и конверсия. Суть данного принципа состоит в использовании минимума языковых средств для передачи максимума содержания. Примерами данного процесса могут послужить различные сокращения из сферы социальных сетей: *Amirite* – сокращённое написание фразы «Am I right?» (данное слово было включено

в базу словаря Merriam-Webster в октябре 2021; оно используется в неформальной письменной речи в качестве разделительного вопроса (*tag-question*); *TBH* ‘to be honest’ (как и *amirite* употребляется в неформальной письменной речи); *FTW* – аббревиатура для ‘for the win’ (в социальных сетях *FTW* часто используется для забавного ответа на какой-либо вопрос или мем) [3].

Резюмируя всё вышесказанное, можно выделить следующие основные причины появления рассмотренных неологизмов: потребность обозначения новых явлений, связанных с изменениями, происходящими в общественной и повседневной жизни людей (например, в сфере моды, политики, досуга и т.д.); влияние социально значимых событий (в нашем случае имеется в виду коронавирус); влияние других культур (в сфере кухни, например); влияние глобальной компьютерной сети Интернет; языковая экономия. Очевидно, что экстралингвистические факторы преобладают над интралингвистическими, но в ряде случаев можно говорить о сочетании факторов.

Литература

1. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / Т. Ф. Ефремова. – Москва : Русский язык, 2000.
2. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://dictionaryblog.cambridge.org>. – Date of access: 10.11.2022.
3. Meriam-Webster Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.merriam-webster.com>. – Date of access: 10.11.2022.
4. Oxford English Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.oed.com>. – Date of access: 10.11.2022.