6. Гриченко Л.В. Контраст: особенности его семантики и вербализации в пословицах русского и английского языков // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2013. – № 1. – С. 122-135.
7. Корюкина Е.С. Риторические возможности антонимов в современном русском языке: проблема системного описания: автореф. канд. дис. спец. 10.02.01 – русский язык / Е.С. Корюкина. – Нижний Новгород, 2014. – 19 с.
8. Немецко-русский словарь пословиц и поговорок [Электронный ресурс]. URL: <http://scheptikin.narod.ru/sprichwoerter/index.html> (дата обращения: 17.01.2021)
9. Новиков Л.А. Избранные труды. Т. 1: Проблемы языкового значения / Л.А. Новиков. – М.: РУДН, 2001. – 672 с.
10. Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии / Г.Л. Пермяков. – М.: Наука, 1988. – 236 с.
11. Пермяков Г.Л. От поговорки до сказки (заметки по общей теории клише) / Г.Л. Пермяков. – М.: Наука, 1970. – 240 с.
12. Собинова Б.Б. Антонимия как языковое явление // Молодой ученый. – 2014. – № 4 (63). – С. 1240-1243. URL: <https://moluch.ru/archive/63/9842/> (дата обращения: 27.01.2021).
13. Шанский Н.М., Иванов В.В. Современный русский язык. В 3-х ч. Ч. 1. Введение. Лексика. Фразеология. Фонетика. Графика и орфография / Н.М. Шанский, В.В. Иванов. – М.: Просвещение, 1981. – 191 с.

Евсюкова А.С., Сергиенко Н.В.

Акция «Слово года» как социально-политический портрет года

*ФГБОУ ВО «Алтайский государственный педагогический университет»
(Россия, Барнаул)*

doi: 10.18411/lj-02-2021-254

idsp: ljjournal-02-2021-254

Аннотация

Акция «Слово года» выступает как некий индикатор социальных и политических изменений в отдельной стране или во всём мире, произошедших в определённый год. «Слова года» могут быть неологизмами, новыми значениями «старых» слов, фразами, фразеологическими единицами, лексическими единицами, оказавшими большое влияние на национальную лингвокультурную картину мира.

Ключевые слова: слово года, неологизмы, портрет года.

Abstract

The 'Word of the Year' campaign acts as a kind of indicator of social and political changes in a particular country or in the world, the changes that have occurred in a particular year. 'Words of the Year' can be neologisms, new meanings of 'old' words, phrases, phraseological units, lexical units that have had a great influence on the national linguocultural picture of the world.

Keywords: the word of the year, neologism, the portrait of the year.

Формирование общественного сознания происходит в большей степени с помощью языковых средств, в процессе коммуникации моделируется и приобретает смысл объективная реальность. В мире существует большое количество языков, каждый из которых по-своему богат и уникален, поэтому идея акции, главной целью которой является лаконичное фиксирование явлений общественной жизни, оказавшихся наиболее значимыми для конкретной лингвокультуры в определённый год, является актуальной с позиции лингвистической и социальной значимости.

Акция «Слово года» берет свое начало в 1971 году, когда в Германии по инициативе Общества немецкого языка произошла первая зарегистрированная акция по выявлению слов, отражающих дух, настроение или остросоциальные проблемы конкретного года, и имеющих существенное культурное значение. С 1977 года акция стала ежегодной традицией. При выборе немецких «слов года» решающим фактором

является не столько частота употребления выражения, сколько его значение и популярность, приближенность к «лингвистическому нерву» года, некий вклад в новейшую историю страны и мира. В качестве «слова года» может быть выбрано слово или выражение, которое оказало самое большое влияние на социально-политическое состояние всего года (как например, *der 11. September* – «слово года» 2001 года) [1].

Лексические единицы, вошедшие в список «слов года», отражают основные фокусы общественного внимания в течение рассматриваемого года. Они могут выступать в качестве индикаторов социальных изменений, маркеров меняющейся системы ценностей. Динамика ключевых слов определенного языка является существенным показателем социальной жизни его носителей. «Слова года», представляющие собой наиболее часто употребляемые в публичной коммуникации фразеологические единицы, составляют «своеобразный социально-политический портрет года, реконструированный через номинативные лингвистические маркеры» [2].

«Слово года» Американского диалектологического общества – самая старая англоязычная версия данной акции и единственная, результаты которой объявляются уже после окончания календарного года, слова-победители определяются голосованием независимых лингвистов и не связаны с коммерческими интересами. Впервые идея акции «Слово года» была предложена Аланом Метклафом, исполнительным секретарём Американского диалектологического общества и профессором английского языка в колледже Макмерри в Иллинойсе в 1990 году. По версии Американского диалектологического общества «словом года» может быть не только слово, но и фраза из нескольких слов (например, «*weapons of mass destruction*» в 2002 году), хэштеги («*#blacklivesmatter*» в 2014), аффиксы («*e-*» в 1998) и даже эмодзи – 🤖. (с 2015 года появилась отдельная категория – «эмодзи года») [3].

При выборе «слов года» члены Общества руководствуются следующими критериями: явно новые или ставшие популярными в рассматриваемом году слова; заметные, часто используемые слова рассматриваемого года; показательные или отражающие популярный дискурс слова; отсутствие жалоб на злоупотребление или неправильное использование слов-кандидатов [3].

В 2000 году к акции «Слово года» присоединилось Американское лингвистическое общество, позднее в акции начали принимать участие: словарь Merriam-Webster с 2003 года, издательство Oxford University Press с 2004 года, вебсайт Dictionary.com с 2010 года, а также Collins English Dictionary и Chambers Dictionary.

«Слово года» по версии словаря Merriam-Webster определяется на основании следующих данных: во-первых, слово должно быть наиболее популярным на сайте Merriam-Webster.com в последние двенадцать месяцев, а во-вторых, количество поисковых запросов рассматриваемого слова должно значительно увеличиться по сравнению с предыдущим годом [4].

Кандидаты на звание «Слово года» по версии Издательства Оксфордского университета отбираются на основе данных, собранных специальными программами языковых исследований, включая Oxford Corpus, базу данных, содержащую почти 2,1 миллиарда слов английского языка в Великобритании, США, Ирландии, Австралии, Новой Зеландии, Карибского бассейна, Канады, Индии, Сингапура и Южной Африки, которая ежемесячно собирает около 150 миллионов слов современного английского языка из веб-публикаций. Сложное программное обеспечение позволяет экспертам-лексикографам определять новые и вновь появившиеся слова (неологизмы) и наблюдать изменения в использовании «старых» слов. Кроме того, редакторы и сотрудники издательств словарей самостоятельно отбирают слова, которые «проявили» себя в течение года, а также принимают предложения читателей, отправленные в редакцию через социальные сети. Таким образом, окончательный выбор слова года делается командой Oxford Languages из Oxford University Press на основе всей полученной информации.

«Слово года» Оксфордского словаря не обязательно должно быть неологизмом, словом, придуманным в течение последних двенадцати месяцев, но оно должно стать заметным или имеющим определённое влияние в социально-политическом аспекте в это время. Многие слова-кандидаты шорт-листа «Слово года» сразу же добавляются в онлайн-версию словаря или добавляются как новые значения существующих слов.

Одной из главных особенностей акции «Слово года» редакции Oxford Languages является то, что одновременно проводятся две независимые акции для определения слов года в Великобритании и США. Словарь английского языка каждой из этих двух стран развивается по-разному в зависимости от особенностей культуры и актуальных новостных событий, поэтому в Великобритании и США часто определяются разные претенденты на звание «Слово года» [5].

В 2003 году акция «Слово года» начала проводиться в Голландии, в 2005 году – во Франции, в 2006 году – в Дании, в 2007 году – в России. Русская версия акции появилась по инициативе Михаила Эпштейна, лингвиста, культуролога и руководителя Экспертного совета. Предварительный отбор слов ежегодно производится в группах «Слово года» и «Неологизм года» на Фейсбуке [6].

Появление практики выбора «Слов года» во многих странах мира свидетельствует о значительных переменах в скорости эволюции языков, является доказательством того, что современный язык является столь же динамичным, как и социокультурные реалии XXI века. В настоящее время неологизмы все чаще входят в число широко употребляемых слов уже в течение первого года, после их появления, и часто оказываются в списках «Слов года», как например слово Brexit (слово 2016 года по версии издательства Collins, а также в России). Важно отметить, что «Слова года» не только маркируют наиболее важные политические, экономические и социокультурные события и явления того или иного года, но также фиксируют в динамической системе языка новые значимые элементы лингвокультурной картины мира.

Тема лингвокультурного феномена «Слово года» является актуальной для различных социолингвистических и философских исследований, а кросскультурные исследования «Слов года» разных языковых сообществ несут в себе большой потенциал в сфере сравнительного языкознания, в том числе с позиций социо- и психолингвистики в синхроническом срезе мировой культуры [7].

Акция «Слова года» является ярким показателем определенного периода времени, поскольку она позволяет определить сферы общественного интереса, приоритеты социума и изменения в общественном сознании, тем самым создавая своеобразный социально-лингвистический портрет рассматриваемого года.

1. Gesellschaft für deutsche Sprache : [сайт]. – URL: <https://gfds.de/aktionen/wort-des-jahres/#> (дата обращения: 20.01.2021).
2. Иссерс, О. С. В поисках общего словаря: дискурсивные практики новейшего времени через призму проектов «Слово года» / О. С. Иссерс // Политическая лингвистика. – 2014. – Выпуск 4 (50). – С. 48–53. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22987012> (дата обращения: 22.12.2020).
3. American Dialect Society : [сайт]. – URL: <https://www.american-dialect.org/woty/all-of-the-words-of-the-year-1990-to-present> (дата обращения: 26.11.2020).
4. Merriam-Webster : [сайт]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/woty2019-top-looked-up-words-they> (дата обращения: 27.11.2020).
5. Oxford Languages : [сайт]. – URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year-faqs/> (дата обращения: 26.11.2020).
6. Facebook : [сайт]. – URL: <https://www.facebook.com/groups/slovogoda/> (дата обращения: 20.01.2021).
7. Николаева, Е. В. «Слова года» как лингвокультурные концепты / Е. В. Николаева // Грамота. – Тамбов, 2017. – № 10 (76). – С. 154–157.