

Научная статья

УДК 81.373.43

DOI: <https://doi.org/10.29039/2949-1258/2025-1/146-153>

EDN: <https://elibrary.ru/IGPUNM>

Лексические инновации и их распространение в сферах социальной жизни англоязычного общества

Шурыгина Ольга Алексеевна

Российская таможенная академия, Владивостокский филиал

Владивосток. Россия

Аннотация. Рассматриваются лексические инновации (неологизмы) – слова, воспринимаемые носителями английского языка как новые, обозначающие вновь появившиеся предметы или понятия, имеющие в семантике или структуре элемент новизны. Цель исследования – анализ лексических инноваций с точки зрения их распространения в сферах социальной жизни англоязычного общества. Методологической базой анализа лексических инноваций служат общенаучные (анализ, синтез, классификация) и собственно лингвистические методы (метод случайной выборки и наблюдения, лексико-семантический и контекстуальный анализ, интерпретация словарных определений). Предмет исследования – лексические инновации последнего десятилетия. Структурно-семантические, парадигматические, когнитивные особенности лексических инноваций представляют собой объект исследования. Научная новизна работы заключается в том, что проводится системное изучение путей и средств обогащения словарного состава английского языка путем сочетания методов лингвистического и социолингвистического анализа. Изучены лексические инновации с точки зрения их распространения в таких сферах социальной жизни англоязычного общества, как современные информационные технологии, социальные сети, экономика, пандемия. Анализ фактического материала показал, что основными способами образования лексических инноваций являются аффиксация, префиксация, аналогия и телескопический метод, сокращения, образование сложных слов. Полученные результаты позволяют утверждать, что наиболее распространенными являются телескопический метод совместно с методом аналогии (~40 %) и метод образования сложных слов (~40–45 %). Практическая ценность работы состоит в возможности применения ее основных результатов при подготовке лекционных курсов, учебных пособий и методических рекомендаций по лексикологии, когнитивной лингвистике, межкультурной коммуникации, а также на практических занятиях по английскому языку.

Ключевые слова: лексические инновации, неологизмы, словообразование, аффиксация, префиксация, метод аналогии, телескопический метод, образование сложных слов, сокращения.

Для цитирования: Шурыгина О.А. Лексические инновации и их распространение в сферах социальной жизни англоязычного общества // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2025. Т. 17, № 1. С. 146–153. DOI: <https://doi.org/10.29039/2949-1258/2025-1/146-153>. EDN: <https://elibrary.ru/IGPUNM>

Original article

Representation of lexical innovations in different spheres of social life of the English-speaking society

© Шурыгина О.А., 2025

146

Olga A. Shurygina

Vladivostok Branch of the Russian Customs Academy

Vladivostok, Russia

Abstract. *This study examines lexical innovations (neologisms) – words perceived by English speakers as new, referring to newly emerging objects or concepts and possessing an element of novelty in their semantics or structure. The research aims to analyze lexical innovations in terms of their dissemination across various spheres of social life in English-speaking societies. The methodological framework of the study combines general scientific methods (analysis, synthesis, classification) with linguistic approaches such as random sampling and observation, lexical-semantic and contextual analysis, and the interpretation of dictionary definitions. The subject of the research is lexical innovations from the past decade, while the object is their structural-semantic, paradigmatic, and cognitive features. The novelty of the study lies in its systematic examination of the mechanisms and means by which the English lexicon expands, integrating both linguistic and sociolinguistic analysis. Lexical innovations are explored in relation to their prevalence in key areas of social life, including modern information technologies, social media, the economy, and the COVID-19 pandemic. An analysis of empirical data revealed that the primary methods of lexical innovation include affixation, prefixation, analogy, telescoping, abbreviations, and compound word formation. The findings indicate that the most prevalent mechanisms are the telescoping method combined with analogy (~40%) and compound word formation (~40–45%). The practical significance of this study lies in the potential application of its results in the development of lecture courses, teaching materials, and methodological recommendations on lexicology, cognitive linguistics, and in-tercultural communication, as well as in practical English language instruction.*

Keywords: *lexical innovations, neologisms, word formation, affixation, prefixation, analogy method, telescoping, compound word formation, abbreviations.*

For citation: *Shurygina O.A. Representation of lexical innovations in different spheres of social life of the English-speaking society // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University. 2025. Vol. 17, № 1. P. 146–153. DOI: <https://doi.org/10.29039/2949-1258/2025-1/146-153>. EDN: <https://elibrary.ru/IGPUNM>*

Введение

Английский язык постоянно адаптируется к изменяющимся условиям жизни современных людей. В последнее десятилетие мы наблюдаем, что некоторые элементы лексической системы языка выходят из активного оборота, а другие, наоборот, включаются. Речь идет о лексических инновациях (неологизмах) – словах, воспринимаемых носителями английского языка как новые, обозначающие вновь появившиеся предметы или понятия, имеющие в семантике или структуре элемент новизны [1].

Цель исследования – анализ лексических инноваций с точки зрения их распространения в сферах социальной жизни англоязычного общества; достигнута путем использования как общенаучных (анализ, синтез, классификация), так и собственно лингвистических методов (метод случайной выборки и наблюдения, лексико-семантический и контекстуальный анализ, интерпретация словарных определений). Кроме того, был использован метод социолингвистического анализа собранного материала, направленный на изучение взаимосвязи языка и общества.

Предмет исследования – лексические инновации последнего десятилетия. Структурно-семантические, парадигматические, когнитивные особенности лексических инноваций представляют собой объект исследования.

В соответствии с указанной целью в работе решаются следующие задачи:

1) установление прямой связи между появлением новых слов / словосочетаний и развитием англоязычного общества, в том числе определенных социальных факторов, обусловивших введение в оборот лексических инноваций (неологизмов) определенной сферы;

2) выявление некоторых языковых особенностей английских лексических инноваций, в частности способов и средств образования слов / словосочетаний.

Актуальность работы объясняется необходимостью изучения пополнения словарного состава языка в ответ на социально значимые изменения, происходящие в английском языковом сознании, такие, как информатизация, глобализация, развитие социальных сетей, пандемия и т.д.

Научная новизна исследования заключается в том, что проводится системное изучение путей и средств обогащения словарного состава английского языка путем сочетания методов лингвистического и социолингвистического анализа.

Практическая ценность работы состоит в возможности применения ее основных результатов при подготовке лекционных курсов, учебных пособий и методических рекомендаций по лексикологии, когнитивной лингвистике, межкультурной коммуникации, а также на практических занятиях по английскому языку.

Основная часть

Лексические инновации и современные информационные технологии

Анализ фактического материала показал, что в количественном выражении первое место занимает сфера, связанная с современными информационными технологиями. Отличительная черта XXI в. отражена в слове *postmateriality*, т.е. этот век считается временем, когда материальные объекты, такие как киноплёнка и магнитная лента, больше не используются для записи звука и изображений.

Набирают популярность такие выражения, как *the internet of everything* – коммуникация, взаимодействие между людьми, машинами, обмен информацией с использованием системы интегрированных технологических устройств; *the internet of me* – система объектов со встроенными в них компьютерными устройствами, способная объединять использование Интернета и обмен персональными данными о пользователе. Считается вполне возможным, что в будущем Интернет будет разделен на множество частей в силу национальных, коммерческих интересов, законов и т.д. Такой парадокс обозначается лексической инновацией *splinternet*. Стоит отметить, что есть еще один неологизм, который описывает это явление более точно и ярко – *cyber-balkanization*. Он характеризует Интернет как раскалывающее явление, обусловленное различными факторами, такими как технологии, коммерция, политика, национализм, религия и расходящиеся национальные интересы. В данной лексеме очень четко прослеживается семантический признак разнообразия по аналогии с Балканским полуостровом, на котором расположено несколько государств (Словения, Албания, Босния и Герцеговина, Болгария, Греция, Северная Македония, Черногория, Сербия, Хорватия, Румыния и Турция).

Метод аналогии – создание слова по уже существующим в речи парадигматическим и синтагматическим параметрам [2, 3]; открывает широкие возможности для отражения в языке социально значимых явлений и событий. Как отмечает Е.С. Кубрякова, «с синхронной точки зрения сложные слова представляют собой в подавляющем большинстве случаев аналогичное образование» [4].

Лексическая инновация *macroscope* была создана по образцу слова *microscope* как система компьютерных программ и математических инструкций, позволяющих анализировать очень большой объем информации об окружающем нас мире; неологизм *infobesity* (*information + obesity*) означает слишком

много информации, перенасыщение информацией. Словосочетание Wood Wide Web (подземная паутина из корней деревьев и грибов, которая связывает лесные растения) относит нас к всемирной паутине World Wide Web.

Перенасыщенность информацией приводит к негативной реакции определенной части населения на широкое использование современных технологий, из-за чего и получил распространение новый термин *techlash* (technology + backlash) для обозначения негативной реакции на что-либо. Продолжают появляться неологизмы, обозначающие центры производства современных технологий, подобные Кремниевой Долине (Silicon Valley). Например, лексические инновации *Silicon Slopes* (район в Юте) и *Silicon Gorge* (район на юго-западе Великобритании), где сосредоточено большое количество современных технологических компаний. Следует отметить, что относительно недавно появились такие лексические единицы, как *Silicon Mountain*, *Silicon Hills*, *Silicon Republic*, *Silicon Albion* и даже общее название для таких центров – *Siliconia*.

Лексические инновации и социальные сети

Наибольшее количество лексических инноваций, связанных с современной информацией, относится к социальным сетям. Например, одним из символов Twitter (*заблокирован в России на основании требования Генпрокуратуры РФ) является значок Интернета @. Он также может функционировать как глагол «писать о ком-то или о чем-то в Твиттере». Слово *disstweet* обозначает публикацию в социальной сети Twitter (*заблокирован в России на основании требования Генпрокуратуры РФ) уничижительного или оскорбительного характера; слово *Instagirl* вводит понятие девушки модельной внешности, у которой много поклонников в социальной сети Instagram (*принадлежит группе Meta, признана экстремистской и запрещена в России); прилагательное *instafamous* описывает состояние популярности, приобретенное благодаря селфи в Instagram (*принадлежит группе Meta, признана экстремистской и запрещена в России); лексическая инновация *BookTuber* относится к человеку, размещающему видеобзор книги на YouTube; неологизм *kittenfishing* отражает распространенную практику обмана в Интернете, когда пользователь приукрашивает собственную внешность или достижения, особенно на сайтах знакомств.

Социальные сети представляют собой, по сути, новый тип социальной коммуникации; для многих миллионов людей они стали не только особым виртуальным миром, заменяющим подлинную реальность, но и эффективным средством объединения людей.

Лексические инновации и гаджеты

Существует ряд лексических инноваций, связанных с чрезвычайной популярностью смартфонов, например: *nomophobia* (от по mobile-phone phobia) – страх человека потерять или забыть где-то свой мобильный телефон – шуточный термин, созданный по образцу слова *homophobia*; *phast* (phone + fast) – определенный период времени, когда человек не пользуется смартфоном.

Неологизм *selfie* (фото самого себя, сделанное на мобильный телефон и размещенное в социальных сетях) стал интернационализмом и послужил моделью для ряда лексических инноваций:

- *foodfie* – фотография еды, потребляемой автором;
- *couplie* – селфи, сделанное парой / супружеской парой;

- *shoefie* – селфи / фотография своего ботинка или другой обуви;
- *gelfie* – селфи / фотография, сделанная в спортзале;
- *legie* – селфи / фотография своих ног;
- *shelfie* – селфи / фотография полок с книгами и другими предметами;
- *Yogi* – селфи / фотография, сделанная во время занятия йогой.

Стоит отметить, что эти лексические инновации были созданы, с одной стороны, по аналогии со словом *selfie*, а с другой – путем его слияния с другими словами, т.е. с помощью телескопического метода – способа словообразования, который представляет собой слияние двух (или более) усеченных основ или слияние полной основы с усеченной основой, в результате которого образуется новое слово, полностью или частично включающее в себя значение всех входящих в него структурных элементов [5].

Лексические инновации и Covid-19

Пандемия коронавируса, которая достигла своего пика в 2020 г., когда были инфицированы десятки миллионов человек по всему миру, оставила заметный след в английском языке. Аббревиатура Covid-19 (Coronavirus Disease 2019) распространилась во многих языках и стала основой для таких лексических инноваций, как:

- *covid era* – время, когда коронавирус господствовал во всем мире;
- *covid free* – не быть инфицированным коронавирусом, заболеванием, вызванным новым видом вируса;
- *covidivorce* – развод супругов, причиной которого явилась изоляция / карантин во время пандемии;
- *covid toe* – сыпь, покраснение или отек большого пальца ноги, предположительно являющийся симптомом вируса Covid-19;
- *blackout babies* – дети, рожденные в период карантина;
- *long covid* – состояние пациентов, перенесших коронавирус, но все еще имеющих симптомы заболевания.

Однако в английском, как и во многих других языках, для обозначения этого заболевания также используется слово *coronavirus*. Например, детей, рожденных в эпоху пандемии, иногда называют *coronavirus generation*, тем самым подчеркивая риски для этого поколения в будущем. В СМИ слово *coronavirus* часто используют в сокращенной форме – *corona*. Неологизм *anti-corona*, например, означает противодействие ограничениям, введенным во время пандемии.

Примечательно, что слово *corona* тоже стало основой для лексических и фразеологических инноваций, например: *coronniel* – человек, рожденный во время пандемии Covid-19; *coronavision* – нарушение зрения, вызванное коронавирусом; *corona corridor* – так называемый «карантинный коридор» – территория, где разрешены перемещения во время ослабления карантинных ограничений.

Были созданы новые слова, например: *quaranteen* – поведение подростка во время ограничений, связанных с пандемией коронавируса; *quaranteam* – группа людей, которые находятся вместе на карантине.

С ограничениями во время пандемии связана лексическая инновация *covid marshal* – термин, обозначающий лицо, ответственное за соблюдение гражданами законодательства во время пандемии коронавируса, в то время как словосо-

чтение *space marshal* – это лицо, ответственное за соблюдение норм поведения граждан и соблюдение определенной дистанции между гражданами в местах скопления людей.

Ограничения, связанные с Covid-19, также отражаются в неологизмах *homecation* или *staycation* – отпуск, проведенный дома в кругу своих родных во время карантина.

Негативное отношение к людям, нарушающим требования карантина, отражено в новых лексических единицах, таких как:

– *anti-masker* – человек, который отказывается носить защитную маску во время пандемии коронавируса, несмотря на опасность для окружающих;

– *covidiot* – человек, который не соблюдает правила, введенные в связи со вспышкой коронавируса;

– *travel shaming* – пренебрежительное отношение к людям, которые позволяют себе путешествовать во время пандемии коронавируса.

Ослабление карантинных мер отражено в таких лексических инновациях, как:

– *covexit* (*covid* + *exit*) – ослабления карантинных требований в условиях пандемии коронавируса;

– *double bubble* – члены двух семей, которым разрешено видаться друг с другом в результате смягчения ограничений во время пандемии коронавируса;

– *air bridge* – воздушное сообщение между странами, власти которых контролируют / сдерживают распространение Covid-19, что позволяет путешествовать без последующего пребывания 7–14 дней в изоляторе (на карантине) в стране прибытия.

Пандемия коронавируса привела к кардинальным изменениям во многих сферах общественной жизни, в частности к переходу на удаленные формы общения и работы. Вынужденный образ жизни с проживанием в фургоне и поездками по стране – *vanlife* – становится реальностью. Появилась так называемая *Zoom economy* – массовый переход компаний на дистанционное ведение дел с помощью конференц-связи Zoom (*принадлежит группе Meta, признана экстремистской и запрещена в России).

Пандемия изменила и дресс-код. Работая удаленно из дома, можно быть минимально одетым только в рубашке или блузке, чтобы выглядеть прилично во время видеоконференции с коллегами или клиентами. Такая одежда называется *Zoom shirts*.

Лексические инновации и экономика

Определенная часть лексических инноваций экономической сферы относится к различным видам и моделям экономических систем, и вполне логично, что ключевым словом в словосочетаниях будет слово *economy*:

– *attention economy* – экономическая система, описывающая ситуацию, когда в условиях информационного изобилия сетевого общества человеческое внимание становится новым редким ресурсом, а компании должны конкурировать между собой, чтобы привлечь внимание потребителей;

– *circular economy* – экономическая модель, в которой приоритетом является продление срока службы товаров за счет вторичной переработки;

- *collaborative economy* – практика сотрудничества с другими компаниями или людьми в вопросах собственности, аренды, обмена товарами и услугами;
- *experience economy* – экономическая модель, основанная на стремлении клиентов испытывать максимально яркие эмоции от приобретения товаров или услуг; нацелена не только на предоставление качественных услуг и сервиса, но и на формирование у потребителя приятных впечатлений и ассоциаций;
- *sharing economy* – экономическая система, основанная на взаимной финансовой помощи и совместном использовании ресурсов в рамках делового сотрудничества.

В словосочетаниях со словом *economy* также описываются новые способы получения материальных благ, например:

- *flat white economy* – социально-экономическое явление, получившее «кофейное» название. Эта лексическая инновация про экономику настоящего и будущего, когда молодые специалисты из разных сфер деятельности предпочитают работать сегодня, сидя за ноутбуками в кафе, а не в офисах;
- *blue economy / ocean economy* – экономическое явление, направленное на повышение благосостояния людей и социального равенства путем создания рабочих мест в отраслях по добыче нефти в океанах и промышленном рыболовстве;
- *anxiety economy* – явление, направленное на получение экономической выгоды от продажи товаров для нервной системы, снижающих чувство страха, тревоги, раздражительности.

Появляются новые типы предприятий розничной торговли, такие как:

- *community mall* – торговый центр под открытым небом с деревьями, растениями и местами для сидения;
- *guide shop* – магазин, где покупатели могут попробовать еду и заказать ее домой;
- *social supermarket* – магазин, где продукты питания продаются по существенно сниженной цене.

Растущая роль электронной коммерции отражена в лексической инновации *Amazon effect*, означающей рост электронной коммерции и закрытие многих предприятий розничной торговли. Данное словосочетание ассоциируется у людей с Amazon – крупнейшим интернет-магазином США, который достиг значительного успеха в своей деятельности.

Заключение

Таким образом, лексические инновации в английском языке за последнее десятилетие отразили изменения практически во всех сферах общественной жизни. Эти изменения вызваны возникающими проблемами и необходимостью их решения. Особое внимание уделено вербализации новых форм и средств социальной коммуникации в условиях информационной революции.

Современный английский язык находит ресурсы для лексических инноваций главным образом в рамках своей собственной системы с помощью различных процессов словообразования. Анализ фактического материала показал, что основными способами образования лексических инноваций являются аффиксация, префиксация, аналогия и телескопический метод, сокращения (аббревиату-

ры и акронимы), образование сложных слов, особенно по модели N + N, когда два существительных или существительное и местоимение объединяются в одно слово с уже новым значением.

Полученные результаты позволяют утверждать, что наиболее распространенным является телескопический метод совместно с методом аналогии ($\approx 40\%$), образование сложных слов ($\approx 40\text{--}45\%$), аффиксация / префиксация ($\approx 10\%$), сокращения ($\approx 5\%$).

Дальнейшие перспективы исследования, на наш взгляд, лежат в изучении лексических инноваций с точки зрения их распространения в остальных сферах социальной жизни англоязычного общества: спорт, здоровье, окружающая среда, воспитание, образование и пр.

Прогнозируется дальнейший рост числа лексических инноваций.

Список источников

1. Тойтукова А.О. Лексические инновации в русском языке начала XXI века (2000–2009 гг.): дис. ... канд. филол. наук. Абакан, 2010. 178 с.
2. Малинин Б.А. Текстобразование и контекстуально-аналогическое образование // Структура и функции межфразовых единиц. Пятигорск: Изд-во ПГПИИЯ, 1988. С. 140–148.
3. Тимофеев К.А. О некоторых признаках словообразовательной системы языка (на материале русского языка) // Актуальные проблемы лексикологии. Новосибирск, 1972. С. 198–204.
4. Кубрякова Е.С. Что такое словообразование? Москва: Наука, 1965. 76 с.
5. Тимошенко Т.Р. Телескопия в словообразовательной системе английского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Киев, 1976. 26 с.

References

1. Toytukova A.O. Lexical innovations in the Russian language at the beginning of the XXI century (2000–2009): dis. ... Cand. Philological sciences. Abakan; 2010. 178 p.
2. Malinin B.A. Text formation and contextual-analogical formation. *Structure and functions of interphrase units*. Pyatigorsk: Publishing house of PGPIIYA; 1988. P. 140–148.
3. Timofeev K.A. On some features of the word-formation system of the language (based on the Russian language). *Actual problems of lexicology*. Novosibirsk; 1972. P. 198–204.
4. Kubryakova E.S. What is word formation? Moscow: Nauka; 1965. 76 p.
5. Timoshenko T.R. Telescopy in the word-formation system of the English language: author's abstract. dis. ... Cand. Philological sciences. Kyiv; 1976. 26 p.

Информация об авторе:

Шурыгина Ольга Алексеевна, канд. филол. наук, доцент, доцент каф. иностранных языков, Российская таможенная академия, Владивостокский филиал, г. Владивосток, olga-saiko@mail.ru

DOI: <https://doi.org/10.29039/2949-1258/2025-1/146-153>

EDN: <https://elibrary.ru/IGPUNM>

Дата поступления:
01.11.2024

Одобрена после рецензирования:
22.01.2025

Принята к публикации:
05.02.2025