

УДК 81'373.43

Н. Н. Кузнецова

Новые слова и выражения в речи 2010-х

Статья исследует новые слова из разных сфер жизни общества — одни из них отличаются повышенной активностью, другие — только набирают ее, третьи используются редко, но обращают на себя внимание носителей языка, заинтересованных в пополнении своего словарного запаса.

Ключевые слова: лексема, неологизм, жаргонизм, тенденция, семантическое, лексическое освоение.

Новые слова всегда представляют особый интерес для лингвистов, поскольку, во-первых, являются отражением актуальных процессов в жизни общества, во-вторых, выявляют тенденции развития языка на данный период и, в-третьих, позволяют судить об особенностях формирования концептов, поскольку часть из функционирующих в речи неологизмов ими станут, и у нас есть возможность наблюдать непосредственно за их созданием, оформлением и закреплением.

Несомненно, самым емким и в то же время самым легким источником «нахождения» новых слов является Интернет. Богатый материал для их поиска представляют и современные СМИ. Данная статья является результатом наших наблюдений за появлением и функционированием новых слов и выражений в этих сферах жизни современного общества.

Если после перестройки, когда поток неологизмов в нашу речь был просто грандиозен, практически все сферы (политика, экономика, торговля, кино, спорт, шоу-бизнес, медицина, здоровье, быт и др.) (см. [2]) обогатились большим количеством новых слов, то сейчас такого тотального «покрытия» новыми словами нет. Можно выделить лишь отдельные группы:

- лексика, связанная с техникой, и прежде всего — компьютером;
- лексика, связанная с модой, кино, шоу-бизнесом, СМИ;
- жаргонизмы.

Ряд слов можно одновременно отнести в разные группы, например *коммент*: с одной стороны, слово относится к Интернету (поскольку с *комментами* — ‘комментариями’ — мы имеем дело прежде всего там), с другой — это жаргонизм, образованный одним из самых продуктивных на сегодняшний день способов — усечением корней, ср., например, *чел*, *нарк*, *авка* (*аватар*), *в адекват*, *игнор*, *транк*, *селебри* и др.

Если говорить о новых словах **первой группы**, то наибольшей активностью здесь отличаются такие, как *гаджет*, *девайс*, *спам*, *спамер*, *контент*, *коммент*, *аватар* (*авка*), *игнор* (*поставить в игнор*), *лайки* («мне нравится»), *айфон*, *айпед*, *скайп*, *смартфон*, *флешмоб*, *мем* (*и интернет-мем*) и мн. др.

Как видим, часть из них представляет собой заимствованные иноязычные слова (называя прежде всего технические новинки), часть — жаргонизмы, имеющие широкое хождение среди пользователей Интернета. Если последние (неологизмы-жаргонизмы) слова чаще всего понятны, так как широко распространены в сети Интернет и их значение легко вычлняется по контексту или ситуации, то значение лексем-названий многочисленных технических приспособлений или действий, как правило, требует расшифровки, которую мы легко можем найти в том же Интернете, например:

- *контент* (content) — вербальное наполнение сайта, образно и логически связанное с графическими элементами и системой навигации;

© Кузнецова Н. Н., 2014

- *аватар* — замена своего фото другой фотографией или картинкой (при общении в сети Интернет);

- *флешмоб* или *флэшмоб* (от англ. flash mob — flash — вспышка; миг, мгновение; mob — толпа; переводится как «мгновенная толпа»; ср. напр. flash flood, «внезапный паводок») — это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия (сценарий) и затем расходится;

- *интернет-мем* (англ. internet meme) — в средствах массовой информации и бытовой лексике название информации или фразы, спонтанно приобретшей популярность в интернет-среде посредством распространения в Интернете всеми возможными способами (по электронной почте, в мессенджерах, на форумах, в блогах и др.).

Так, в нашей жизни (и языке) вначале появилось слово *гаджет*, а затем — на первый взгляд — дублирующая его лексема *девайс*. О слове *гаджет* первоначально (2—3 года назад) в Википедии приводилась следующая информация: ‘периферийное устройство, выполняющее ограниченный круг задач (специализированное), отличающееся малыми размерами, подключаемое по стандартизированному интерфейсу к более сложным устройствам: ПК, КПК или смартфонам и неспособное работать в автономном режиме. В общем случае — приспособление, прибор, расширяющий функционал устройства’. Значит, дифференцирующими семами были (в порядке значимости): ‘малый размер’, ‘ограниченный круг задач’, ‘неспособность работать в автономном режиме’, ‘расширение возможностей какого-либо устройства’. На сегодняшний день Википедия дает такое определение слова *гаджет*: ‘электронное устройство, зачастую недавно появившееся на рынке, которое содержит значительную долю развлекательных функций/предназначено для развлечения. При этом, как правило, имеет компактные размеры. Примером реальных гаджетов могут служить смартфоны, музыкальные плееры, портативные игровые приставки и т.д.’. Следовательно, набор дифференцирующих сем несколько изменился: ‘малый размер’, ‘новинка’, ‘электронное (устройство)’, ‘предназначено для развлечения’. Слово адаптируется к реальной жизни, семантически осваивается в языке.

О лексеме *девайс* находим следующую информацию: ‘это устройства, приспособления, те или иные технические средства, которые используются в различных областях науки и повседневной жизни. Это технические устройства искусственного происхождения, выполняющие те или иные функции, которые в них заложены (запрограммированы). Получается, что *девайсы* — это и компьютеры (в том числе и ноутбуки), и мобильные устройства, и другая электроника, которой мы активно пользуемся в повседневной жизни и от использования которой получаем огромное удовольствие’. Дифференцирующими семами являются: ‘техническое (устройство)’, ‘выполняющее определенную функцию’.

Как видим, значение слова *девайс* гораздо шире, чем значение слова *гаджет*. При этом отмечается, что *девайсы* используются и в науке, и в повседневной жизни. В связи с этим, казалось бы, именно эта лексема должна была получить более широкое распространение в современной речи. Однако, по наблюдениям, слово *гаджет* (с гораздо более узким, специализированным значением) явно занимает лидирующую позицию. Оно достаточно быстро вошло в наш язык, легко освоилось там и уже хорошо знакомо рядовым носителям языка в отличие от слова *девайс*. Об этом свидетельствует и тот факт, что в общем употреблении слово начало изменять свою семантику, употребляясь, например, и по отношению к разнообразным кухонным приспособлениям небольшого размера, которые сейчас появляются в большом количестве, — разнообразные терки, мельнички, ножи узкого предназначения (для киви, для ананаса, для авокадо и проч.) и т.д. Таким образом, семы ‘электронное (устройство)’ и ‘предназначено для развлечения’ в семан-

тической структуре данного слова отходят на второй план, а ведущими становятся семы 'малый размер' и 'новинка'. Все это свидетельствует об активности такого процесса, как семантическое освоение слова в языке при заимствовании.

К наиболее активным по употреблению словам **второй группы** (мода, кино, шоу-бизнес, СМИ) можно отнести следующие: *селебрити (селебри)*, *харизма*, *гламур*, *тренд (быть в тренде)*, *паблисити*, *перформанс*, *стиль кэжл*, *стиль консьюмеризм*, *стиль нормкор*, *маст хэв*, *лукбук*, *аутлет*, *формат* и др. Это в основном слова иноязычного происхождения. В настоящее время говорить или хотя бы понимать по-английски является нормой. Этому способствует и изучение языка еще до школы (что сейчас принято), и возможность выехать за рубеж (где требуется владеть английским хотя бы в минимальной степени). Как можно узнать из СМИ, в центральных городах, на ТВ, в модных тусовках в настоящее время даже получил распространение особый язык — использование в речи русских и иноязычных слов в предложении вперемешку. Поэтому не случайно, что в этой группе, связанной со сферой паблисити (публичности, гласности), такое значительное место занимают слова английского происхождения — причем без следов какого-либо освоения: фонетического, морфологического, семантического, а часто даже и графического.

В этой группе (в частности, в сфере СМИ) обращает на себя внимание активность слов с корнем *евро-*, что связано с созданием Евросоюза и введением единой валюты — евро. Как можно судить по выпускам новостей, данный корень в настоящее время получил возможность присоединяться практически к любому слову — в зависимости от ситуации, о которой идет речь в том или ином репортаже, например: *евроскептицизм*, *евроскептики*, *еврооптимисты*, *евробарометр*, *еврокомиссар*, *европарламент*, *евроконституция*, *еврозона* и др. Иначе говоря, слова с данным корнем маркируют принадлежность слова, называющего понятие, свойство или действие, к теме «Евросоюз». Так происходит лексико-словообразовательное освоение этих слов в языке. Одни из них обладают воспроизводимостью и уже закрепились в общем употреблении, использование других носит окказиональный, индивидуально-авторский характер.

Большая активность слов, связанных с модой, в современной речи обусловлена целым рядом факторов: и влиянием на массовое сознание идей о необходимости хорошо выглядеть (ухажено, молодо, модно, ярко), и с распространением такого явления, как шопинг, и с возможностью выехать за рубеж, и с появлением брендовых магазинов и магазинов бюджетных марок по всей России, и с частотностью на ТВ передач с модными стилистами, а также упоминаний в СМИ о модных тусовках. В вышеназванных передачах ведущие и стилисты свободно оперируют разнообразными терминами моды, часто даже не поясняя их. Так, уже закрепились в употреблении название стиля *кэжл* (от англ. *Casual* — стиль повседневной одежды, появившийся в Европе в XX веке, главный акцент в котором делается на удобство и практичность. Он исключает формальные, нарядные, излишне традиционные и классические элементы одежды и характеризуется «случайными» сочетаниями предметов одежды различных фирм-производителей).

Но мода и общество развиваются, и появляются новые слова, которые отражают это развитие. *Консьюмеризм (консюмеризм)* (от англ. *consumerism* < *consumer* потребитель) — 'уклад общества, потакающий покупке товаров и услуг в больших количествах сверх всякой необходимости'. В противовес *консьюмеризму* возникает стиль *нормкор*: 'суть *нормкора* — выделяться не выделяясь. Новая крутость — в простоте, в спокойном отношении к себе и самоиронии. Ты, наконец-то, признаешь существование толпы и принимаешь ее. Одеваясь как миллионы людей, ты больше не боишься быть как все, потому что на самом деле никто не такой, как все. Ты одеваешься не задумываясь. Не трати ни

время, ни деньги'. Многие уже знают, что *маст хэв* (must have) — это вещи, которые обязательно должны быть в вашем гардеробе, а *лукбук* (lookbook) — это модный образ от той или иной торговой марки, бренда или звезды. Активность последних двух лексем связана еще и со все шире распространяющимся обычаем выписывать вещи из каталогов по Интернету.

Безусловно, очень активны в современной речи слова **третьей группы** — жаргонизмы. Это обусловлено тем, что современному языковому вкусу (в том числе и официальному — языку СМИ) не претит использование большого количества разговорных, просторечных слов и даже жаргонизмов и вульгаризмов. Сюда можно отнести такие, как *жесть* (*жестит*), *жечь*, *кошмарить*, *прошаренный*, *в адеквате* (*в адекватосе*), *пиариться*, *палиться*, *париться*, *тусить*, *попадос*, уже упомянутые *лайки*, *игнор*, *авка*, *чел*, *нарк* и др.

Вызывает интерес активность жаргонных выражений со словом явно книжного, научного характера — «*в адеквате*», «*в адекватосе*», «*неадекват*». В научной речи (в философии, психологии, психиатрии) лексема *адекватный* имеет значение 'вполне соответствующий чему-либо (условиям, обстановке и т.д.); совпадающий с чем-либо; равный, тождественный'. В жаргонном же значении на первый план выходит семантика 'ориентирующийся в пространстве и времени, в противоположность неадеквату, отключке'. Другими словами, в сленге данное слово связано с наркотическим состоянием, с состоянием опьянения. Именно поэтому оно и стало столь популярным — потому что эти состояния (и разговор о них) являются частью нашей повседневности (особенно среди молодежи). Кроме того, слово *неадекватный* может выступать в значении 'сумасшедший, ненормальный' — как синоним распространенного «чокнутый», которое также широко бытует среди школьников, студентов.

Имеется и еще один интересный аспект — образование слов с испанской (латиноамериканской) финалью -ос: *попадос*, *досвидос*, *адекватос*, *не в адекватосе*. На наш взгляд, данная модель появилась под воздействием моды на все латиноамериканское: танцы, актеров (например, Антонио Бандерос, Дженифер Лопес), тип внешности, темперамент и проч.

Во всех трех группах помимо заимствований и слов, образованных по продуктивным словообразовательным моделям, есть лексемы, являющиеся семантическими неологизмами. К наиболее активным и популярным, по нашему мнению, относится слово *тема* в значении 'вопрос', 'проблема', например: «Тут еще такая тема возникла...». Кроме того, определенные семантические изменения претерпели слова *формат* — 'способ построения и подачи, форма проведения чего-либо; в пределах установленных норм' и *неформат* — 'способ построения и подачи чего-либо, не вписывающийся в традицию, привычную для данной ситуации форму; не соблюдающий нормы'; *линейка* (например, косметических средств) — 'ассортимент продукции определенного направления'; *персонаж* — 'человек' и др.

Безусловно, помимо отдельных лексем, можно выделить и новые фразеологические обороты, отражающие разнообразные реалии современной жизни. Среди них такие, как: *а мне всё фиолетово/параллельно/по барабану* — 'безразлично'; *аффтар жжот нипадецки* — 'одобрительная оценка'; *быть в теме* — 1) (из арго) 'быть в деле, в бизнесе'; 2) (перен.) 'правильно ориентироваться в чём-то'; *в чём фишка?* — 'в чем суть, интерес?'; *всё в шоколаде* — 1) 'всё прошло гладко'; 2) 'всё по высшему разряду'; *всё пучком* — 'всё будет хорошо!'; *нервно курит в сторонке* — 'явно уступает в чём-то'; *офисный планктон* — 'офисные служащие'; *пил хавает* — 'низкопробное «искусство»'; *респект и уважуха* — 'высшая оценка чего-то, выражающая уважение'; *рублёвские жёны* — 'жёны

олигархов, чьё прошлое темно, а будущее неопределённо»; *слить инфу* — ‘выдать сведения, информацию’; *соблюдать дресс-код* — 1) ‘соблюдать требования к одежде’; 2) (перен.) ‘выполнять условности в чём-то’; *цена вопроса* — ‘сколько стоит?’; *чёрный нал* — («чёрный» — вне закона) ‘денежная наличность, сокрытая от налоговых органов’; *чёрный пиар* — ‘компрометирование’; *чёрный риелтор* — ‘риелтор, совершающий сомнительные сделки с недвижимостью’, и мн. др.

Некоторые устойчивые выражения, появившиеся в Интернете, там же стали аббревиатурами, например, *ИМХО* (от англ. In My Humble Opinion) — ‘по моему скромному мнению’; *LOL* (также *lol* или *лол*) (от англ. laughing out loud) — ‘громко, вслух смеясь’; или (laugh out loud) — ‘громко, вслух смеяться’; или (lots of laughs) — ‘много смеха’; *ИТ* (*айти технологии*) (от англ. information technology, IT) — ‘информационные технологии’ и др. И хотя в речи используются аббревиатуры, всем известно, что под ними подразумеваются устойчивые сочетания слов.

Итак, в современной речи представлены все три вида неологизмов:

1) **лексические**, которые образуются как наименование нового явления в жизни общества или как синоним к существующему в языке слову, например: *сэлфи* (самоштрел, англ. Selfie от англ. Self — сам, само) — снимок самого себя, сделанный самолично на мобильный телефон или фотокамеру; *лайфхак* (лайфхакинг, от англ. life hack) — набор методик и приёмов «взлома» окружающей жизни для упрощения процесса достижения поставленных целей при помощи разных полезных советов и хитрых трюков; *перформанс* (англ. performance — исполнение, представление, выступление) — форма современного искусства, в которой произведение составляют действия художника или группы в определённом месте и в определённое время. К перформансу можно отнести любую ситуацию, включающую четыре базовых элемента: время, место, тело художника и отношение художника и зрителя. В этом заключается отличие перформанса от таких форм изобразительного искусства, как картина или скульптура, где произведение определяется выставленным объектом;

2) **словообразовательные**, которые образуются от существующих в языке слов или от лексических неологизмов по продуктивным словообразовательным моделям: помимо уже упомянутой наиболее распространённой модели «усечение корней» (*селебри* — от *селебрита* ‘звезда, известность, знаменитость’, *авка* от *аватар*, *игнор* от *игнорировать*, *коммент* от *комментарий*, *инфа* от *информация*, *прив* от *привет* и др.) активными словообразовательными моделями продолжает оставаться аффиксация (например, *брендинг* — ‘продвижение торговой марки’, *ребрендинг* ‘смена торговой марки’, *пиарить*, *попадос*, *кошмарить* — 1) ‘создавать невыносимые условия, 2) ‘запугивать’, *прошаренный* — ‘продвинутый в чем-л., разбирающийся в чем-л.’ и др.) и сложение корней (вышеприведённые образования с корнем *евро-*);

3) **семантические**, которые образуются как новые значения у существующих в языке слов: *формат*, *линейка*, *персонаж*, *тема*, *в шоколаде*.

Пока трудно сказать, какие из них сформируют концепты русского языка, но можно предположить, что больше возможностей для этого имеется у семантических неологизмов, которые содержат в своем значении те или иные коннотативные семы, а следовательно, более ёмки и информативны по смыслу.

Список использованной литературы

1. Крысин Л. П. Слово в современных текстах и словарях: Очерки о русской лексике и лексикографии [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.rus.ec/b/181611/read>

2. Кузнецова Н. Н. Основные черты современной речи // Культура профессиональной речи будущих педагогов : межвуз. сб. науч. тр., посвящ. 70-летию Магнитогорского государственного университета. Магнитогорск : МаГУ, 2002. С. 16—22.

3. Фёдоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка: ок. 13 000 фразеологических единиц. М. : Астрель : АСТ, 2008.

Поступила в редакцию 16.06.2014 г.

Кузнецова Наталья Николаевна, доктор филологических наук, доцент
Оренбургский государственный педагогический университет
460014, Российская Федерация, г. Оренбург, ул. Советская, 19
E-mail: Natlog65@mail.ru.

UDC 81'373.43

N. N. Kuznetsova

New words and expressions in the speech of the 2010s

The article explores new words from different spheres of life — some of them are characterized by high activity, while others are either only gradually gaining it or rarely used at all. The latter, however, draw the attention of the native speakers interested in the completion of their vocabulary.

Key words: lexical item, neologism, jargon, trend, semantic and lexical assimilation.

Kuznetsova Natalia Nikolaevna, Doctor of Philological Sciences, Associate Professor
Orenburg State Pedagogical University
460014, Russian Federation, Orenburg, ul. Sovetskaya, 19
E-mail: Natlog65@mail.ru