

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ивановский государственный университет»

На правах рукописи

Васильева Дарья Валерьевна

**НЕОЛОГИЗМЫ ЭПОХИ COVID-19
В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОМ ОТРАЖЕНИИ**

Специальность 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (германские языки)
(филологические науки)

Диссертация на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
доцент С.А. Маник

Иваново
2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА I. НЕОЛОГИЯ, НЕОЛОГИЗМЫ, НОВЫЕ СЛОВА COVID-19...	17
1.1. Неология как комплексное направление исследований	17
1.2. К вопросу определения понятия «неологизм» в современной лингвистике	24
1.3. Дополнительные аспекты рассмотрения неологизмов	31
1.4. Основные источники английских неологизмов.....	34
1.4.1. Неологизмы в сферах политики и экономики	35
1.4.2. Неологизмы из области культуры	36
1.4.3. Неологизмы в области технологического развития	38
1.4.4. Неологизмы медицинской сферы	38
1.5. Статус нового слова и время его жизни.....	39
1.6. Систематизация неологизмов в английском языке	45
1.7. Наиболее продуктивные словообразовательные модели неологизмов	50
1.8. Неологизмы COVID-19	55
1.8.1 Неологизмы COVID-19 сферы политики.....	59
1.8.2. Неологизмы и лексемы, характеризующие новые условия жизни	60
1.8.3. Неологизмы, выражающие позицию граждан.....	64
1.8.4. Новые слова, отражающие ложную информацию о коронавирусе	66

1.9. Словообразовательные модели неологизмов COVID-19.....	68
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I	71
ГЛАВА II. ТРАДИЦИИ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОЙ ФИКСАЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ COVID-19 В XXI ВЕКЕ.....	74
2.1. Лексикография как наука: трансформация парадигмы	74
2.2. Развитие отечественной и английской лексикографии	77
2.3 Корпусная лексикография на страже изучения новых слов	80
2.4. Лексикографическое отражение новых слов	86
2.5. Словари COVID в отечественной и зарубежной неографии	92
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II.....	107
ГЛАВА III. МОДЕЛИРОВАНИЕ ОДНОЯЗЫЧНОГО СЛОВАРЯ НЕОЛОГИЗМОВ COVID-19 НА БАЗЕ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА	110
3.1. Исследование перспективы пользователей словаря ковида.....	110
3.2. Создание логико-понятийной схемы предметной области COVID-19	123
3.3. Моделирование авторского словаря неологизмов COVID-19.....	128
3.4 Описание модели словаря новых слов в телеграм-канале.....	132
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ III	136
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	137
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	140
I. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	140
II. СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ	153
III. СПИСОК МЕДИА ИСТОЧНИКОВ	160

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. АНКЕТИРОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ АВТОРСКОГО СЛОВАРЯ НЕОЛОГИЗМОВ COVID-19.....	165
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. СПИСОК НЕОЛОГИЗМОВ COVID-19, СОБРАННЫХ ДЛЯ НАСТОЯЩЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ	172

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая диссертация посвящена изучению неологизмов, образовавшихся в английском языке на фоне пандемии коронавируса в мире, и их отражению в лексикографических источниках разного типа.

Неологизмы – неотъемлемая часть любого современного языка, так как именно они отражают новые явления действительности под влиянием национальных и международных событий. XXI век ознаменован условиями глобализации и быстрого развития информационных технологий, в рамках которых наблюдается значительный рост объёма новых слов в английском языке и скорости их распространения.

Неология в рамках изучения новых слов COVID-19 ставит немало актуальных задач перед учеными-лингвистами. Вокабуляр COVID-19, начиная с конца 2019 года и по настоящее время, постоянно пополняется лексическими единицами, поскольку актуальность заболевания этим вирусом и его последними штаммами по всему миру по-прежнему сохраняется. В язык входят наименования инновационных вакцин, штаммов, правил и установок, средств защиты, способов лечения заболевания, видов коммуникации, технологических разработок, ограничений, а также изменений привычного образа жизни. Неология ковидного дискурса – область, богатая материалом для научных исследований, вследствие чего нуждается в систематизации, анализе и вводе в научный оборот лексических единиц, отражающих реалии этого времени.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что, несмотря на многообразие работ, посвящённых неологизмам и их лексикографированию, они не исчерпывают всех возможных аспектов данного процесса. Пандемия COVID-19 оказала значительное воздействие на языковую практику, порождая множество неологизмов, которые передают и фиксируют новые реалии, изменения в обществе, эмоции и чувства людей по отношению к ним. Лексикографический подход к изучению этих новообразований становится особенно актуальным по нескольким причинам.

Социальные трансформации, вызванные пандемией COVID-19, детерминировали активизацию словообразовательных процессов в языках мира (на материале русского, английского, немецкого и др.). Данный период отмечен появлением значительного пласта неологизмов, отражающих новые реалии общественной жизни (например, *social distancing*, *global pandemic*). Особенностью возникновения и распространения данных новообразований является их спонтанный характер и высокая скорость распространения, катализатором которой выступает интернет-пространство. Указанные процессы обуславливают научную необходимость в комплексном анализе и систематизации данного лексического материала. Следует отметить, что реакцией на языковые изменения стало создание многочисленных лексикографических онлайн-ресурсов (справочников, глоссариев), в которых фиксируются неологизмы «коронавирусной эпохи». Характерно, что их составителями зачастую являются не только специалисты, но и представители общественности (журналисты, блогеры, волонтеры), что позволяет говорить о становлении и развитии «волонтерской» лексикографии. Таким образом, сложившаяся ситуация ставит перед современной лексикографической наукой задачу выработки новых подходов к описанию языковых изменений для обеспечения полноты и своевременности их научной фиксации.

Лексикографический подход к изучению неологизмов COVID-19 является актуальным инструментом для анализа изменений в языке. Он позволяет не только фиксировать и всесторонне описывать новые слова, но и исследовать их влияние на язык и культуру в условиях глобальных изменений.

В качестве **объекта** исследования выступают неологизмы, а именно новые слова и выражения, появившиеся преимущественно в английском языке в результате изменений в общественной, научной и культурной жизни в рамках пандемии коронавируса. **Предметом** являются принципы лексикографирования неологизмов в современных англоязычных словарях общеупотребительной лексики, а также специальных словарях новых слов.

Источниками исследования послужили разнообразные ресурсы, регистрирующие неологизмы эпохи COVID. Прежде всего это англоязычные корпуса текстов, включая цифровые архивы новостных статей, медийных публикаций и социальных сетей, где активно формировался и развивался новый словарный запас. Анализировались также англоязычные специализированные COVID-словари, появившиеся как реакция на изменяющуюся языковую ситуацию, медиа публикации и академические издания, включающие неологизмы в большом количестве.

В качестве **материала исследования** выступили неологизмы COVID-19, образованные в английском языке в период пандемии коронавируса в мире.

Целью данной работы является комплексное исследование неологизмов сферы COVID-19 в английском языке, разработка их классификации, описание способов образования, принципов их лексикографического отражения в современных справочниках, а также разработка модели словаря английских неологизмов эпохи ковид в новом формате.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. анализ теоретических основ неологии и неологизмов в современной филологической науке;
2. выделение подходов к определению понятия «неологизм» в отечественной и зарубежной науке, а также определение термина «неологизм COVID-19»;
3. классификация неологизмов в целом и неологизмов COVID-19 в частности по различным основаниям;
4. исследование процессов образования английских COVID-неологизмов, а также определение ключевых сфер общественной жизни как их основного источника;
5. рассмотрение характерных черт англоязычной лексикографии и неографии в новом тысячелетии;

6. анализ существующих лексикографических проектов по теме COVID-19;

7. моделирование авторского словаря неологизмов COVID-19 как проекта волонтерской лексикографии, основанного на изучении ожиданий и запросов целевой аудитории.

Методологическая база исследования носит комплексный характер и включает совокупность общенаучных и частнофилологических методов. Теоретическую основу работы составил аналитический метод, направленный на изучение и обобщение научных трудов по исследуемой проблематике. В качестве ведущих методов анализа эмпирического материала применялись описательный метод, позволивший охарактеризовать способы образования и особенности функционирования неологизмов, и метод классификации, использованный для их систематизации и группировки. Ключевым инструментом на этапе лексикографической фиксации и анализа языкового материала выступили корпусные технологии. Для верификации данных, а также для исследования частотности и контекстуального употребления COVID-лексики были задействованы ресурсы платформы English Corpora (в частности, NOW Corpus (News on the Web) и The Coronavirus Corpus), корпус англоязычных текстов WebCorp, а также корпуса авторитетных лексикографических источников, таких как Cambridge Dictionary и Oxford English Dictionary. Для проведения лексикографического анализа (dictionary criticism) и углубленного изучения семантических особенностей новообразований в качестве дополнительных источников привлекались специализированные англо-русские словари и тексты англоязычного медиадискурса. Этимологический анализ был применен с целью выявления происхождения COVID-неологизмов и определения их словообразовательных моделей.

Теоретико-методологическую базу исследования составили труды ведущих лингвистов, изучающих теоретические и прикладные аспекты исследования неологизмов, процессов их создания, функционирования в языке

и закрепления в лексиконе, включая работы С.И. Алаторцевой, Н.А. Ахреновой, В.П. Болдаковой, А.А. Брагиной, И.А. Воробьева, Т.Н. Ворониной, Н.А. Воскресенской, В.Г. Гака, Д.В. Гугунавы, О.О. Гулик, В.В. Дубичинского, В.Н. Дударевой, И.К. Забродиной, В.И. Заботкиной, Н.З. Котеловой, Н.А. Лавровой, Т.С. Малышевой, С.А. Маник, Е.И. Михеевой, Ю.Л. Михайловой, В.В. Морковкина, Е.А. Никулиной, А.С. Павловой, С.С. Польской, Т.В. Поповой, Е.С. Попович, А.А. Пятунинной, Л.В. Рацибурской, Е.В. Сенько, Е.В. Тимашовой, С.А. Титеранко, С.И. Тогоевой, Е.В. Фалеевой, Е.И. Шеремены, Е.Я. Шмелёвой, В.Е. Щербиной, Е.В. Юмшановой, Е.А. Яковлевой, C.L. Barnhart, H. Bergenholtz, P. Bharati, J. Gazda, A. Kananaj, A. Rey, R. Rushiti, J.-F. Sablayrolles, N. Samylicheva, Y.-Q. Fang, X. Yubei, Ch. Zhimin, Z. Zonghua. Диссертация также основана на работах по лексикографии (О.М. Карповой, Т.Н. Буцевой, И.А. Воронцовой, В.Г. Гака, Н.Д. Голева, К.М. Денисова, А.В. Зеленина, В.А. Козырева, Е.А. Колесниковой, О.В. Коробейниковой, Н.З. Котеловой, А.С. Кулевой, С.А. Маник, Л.П. Ступина, В.Д. Черняк, Л.Л. Шестаковой, Л.В. Щербы, J. Aitchison, S.M. Assi, C.L. Barnhart, H. Bergenholtz, W. Chen, J. Considine, G.-M. De Schryver, M.J. Domínguez, Ph. Durkin, E. Finegan, A. Frankenberg-Garcia, P.A. Fuertes-Olivera, R.H. Gouws, P. Hanks, G. Iamartino, U. Kaufmann, A. Klosa-Kückelhaus, R. Lew, Th. McArthur, E. Partridge, G.P. Rees, S. Tarp). Изыскания в области корпусной лингвистики в работах С.А. Маник, Е.Е. Голубкова, W.N. Francis, P. Hanks, H. Kučera, E. Tognini-Bonelli легли в основу ряда параграфов диссертации. Труды по изучению социо- и психолингвистики (С.С. Польской, Е.В. Рахилиной, В.Е. Щербиной, D. Crystal, J.M. Fuller, J. Piaget, R. Wardhaugh, L. Wittgenstein) также составили теоретическую основу настоящего исследования. Работы по терминологии и терминографии (К.Я. Авербуха, А.Д. Васильева, В.В. Виноградова, И.К. Заботкиной, И.П. Ивановской, О.М. Карповой, Е.В. Пономаренко, Е.В. Рахилиной, Е.В. Щербаковой,

H. Bergenholtz, U. Kaufmann, W. Labov, A. Rey, R.P. Wang, T. Winograd) определили логику соответствующей части диссертации.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые было проведено комплексное изучение неологизмов пандемийной эпохи в контексте их структурных, семантических и прагматических характеристик. Исследованы механизмы возникновения новых лексических единиц, их адаптации и закрепления в языке. Были уточнены словообразовательные модели, характерные для COVID-неологизмов, с точки зрения их продуктивности и языковой динамики. Помимо этого, в работе осуществлена разработка методологии лексикографической фиксации в формате телеграмм-канала. Обосновываются принципы, подходы и методы отбора и описания неолексик пандемии в лексикографическом формате, что позволяет преодолеть трудности фиксации «мгновенной» и социокультурно обусловленной лексики в условиях её быстрой эволюции. В работе произведена попытка создания и описания оригинальной модели словаря. Впервые разработана модель словаря неологизмов, адаптированного для функционирования в среде популярной социальной сети Telegram. Данная модель предусматривает интерактивное взаимодействие с пользователем, включая возможность обновления, комментариев и поиска в режиме реального времени. Лексикографический продукт обладает актуальным форматом, приспособленным к особенностям цифровой среды, что обеспечивает доступность, мультимедийность и быстроту публикации новых единиц. Обоснована необходимость использования платформы Telegram для лексикографической работы как инновационного способа представления словарей, что объединяет традиционные лексикографические практики с современными цифровыми инструментами.

В диссертации изучена перспектива пользователей словаря, что позволило адаптировать лексикографическую модель под запросы современных читателей.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что она вносит вклад в развитие теории неологии, рассматривающей процессы образования новых слов, их закрепление в языке и функционирование в различных коммуникативных контекстах, а также теории языковой номинации и словообразования, которая изучает механизмы создания новых лексических единиц в условиях интенсивных социальных изменений. Настоящая диссертация также способствует развитию современной англоязычной лексикографии, предлагая новые подходы к лексикографированию новых слов в духе традиций Ивановской лексикографической школы проф. О.М. Карповой.

Практическая ценность настоящего исследования заключается в том, что результаты работы могут быть использованы в преподавании курсов по лексикологии, лексикографии и стилистике, а также при создании словарей неологизмов. Разработанный словарь в социальной сети Telegram может служить не только учебным или справочным ресурсом, но также моделью для создания аналогичных цифровых лексикографических продуктов в других языках или для других тематических групп лексики.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. В современных условиях неология выходит за рамки традиционного описательного языкознания, становясь наукой, изучающей динамику неологизации. Этот феномен, порожденный цифровой реальностью и неограниченным словотворчеством пользователей, требует нового исследовательского инструментария. Полноценный анализ жизненного цикла неологизма — от его создания отдельным пользователем до социокультурного влияния — возможен только на стыке неологии с корпусной лингвистикой, медиаисследованиями и цифровыми гуманитарными науками.

2. Неологизмы COVID-19 — это новые слова или выражения, возникающие в языке в ответ на пандемию коронавируса, отражающие изменения в общественном восприятии происходящего и видах взаимодействия между людьми в различных сферах жизни, в политике,

экономике и медико-социальных практиках. Эти лексические единицы появляются в основном в результате экспрессивного словотворчества людей посредством различных словообразовательных моделей, включая заимствование, словосложение, блендинг, усечение и аббревиацию, и служат для обозначения новых понятий, явлений и эмоциональных реакций, связанных с COVID-19.

3. Многообразие неологизмов COVID-19 подтверждает необходимость их систематизации и лексикографической фиксации. Логико-понятийная схема новой лексики пандемии, разработанная как один из этапов моделирования справочника, включает следующие тематические группы: медицина, работа, развлечения, люди, устройства и общение.

4. Современная лексикография переходит в онлайн-пространство и ориентируется на индивидуализированные запросы пользователей, что определяет прагматический характер современных лексикографических разработок, а также трансформирует словарь из продукта в информационную услугу.

5. Неография – это специализированное направление лексикографии, сосредоточенное на изучении, описании и фиксации неологизмов в словарях. Эта дисциплина стремится разработать методологические основы и практические подходы к отбору и документированию новых слов и выражений, в том числе эпохи ковид. В условиях интенсивного пополнения словарного запаса современные неографические исследования способствуют полноценному и своевременному отражению и осмыслению динамических изменений, происходящих в обществе.

6. Анализ перспективы пользователей указывает на то, что современные читатели заинтересованы в появлении инновационных и интерактивных форматов словарей новых слов, в том числе в социальной сети. Предпочтения отдаются одноязычным словарям в онлайн-формате с микроструктурой, включающей дефиницию, орфографическую и грамматическую пометы, а также иллюстративные примеры. Апробация словаря в Телеграмм-канале и

полученные положительные отзывы свидетельствует о перспективности интеграции социальных сетей в лексикографические проекты.

7. Разработанная модель словаря неологизмов COVID-19 представляет собой эффективный синтез традиционных лексикографических принципов и функционала цифровых социальных медиа. Успешное соединение академического подхода (верификация источников, четкая структура словарной статьи) с интерактивными и мультимедийными возможностями платформы (комментарии, ссылки, иллюстрации) позволяет создать лексикографический ресурс, который адекватно отвечает требованиям к описанию стремительно меняющейся лексики в цифровой среде.

Достоверность результатов исследования обеспечивается: привлечением большого объема научно-теоретической литературы по теме диссертации; обоснованностью исходных теоретико-методологических позиций; использованием качественных методов и процедур анализа; актуальностью поставленной цели; репрезентативностью эмпирического материала исследования.

Апробация работы проводилась в ходе межвузовских и международных научных и научно-практических конференций: Российском форуме «Молодежь и наука» (Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского, 2021); III Международной научно-практической конференции «Диалог культур. Культура диалога: цифровые коммуникации» (Московский педагогический государственный университет, 2022), конференции преподавателей Ивановского государственного университета, секции «Лексикография в цифровую эпоху» (Ивановский государственный университет, 2022), Первой конференции Консорциума научно-образовательных организаций (Ивановский государственный университет, 2022), IV Международной научно-практической конференции «Лингвистика дистанцирования: языки международного общения – новая парадигма» (Москва, 2024), Международном научно-практическом форуме «Язык. Культура. Перевод:

Цифровые технологии и вербальная коммуникация» (Московский государственный институт международных отношений МИД Российской Федерации, Одинцовский филиал, 2024), Международном симпозиуме «Современная филологическая наука: достижения и инновации» (Ивановский государственный университет, 2024); Международной научной конференции «Наука и реальность» (Восточно-Сараевский университет, 2025); III Всероссийской научно-практической конференции «Малые города большой страны» (Ивановский государственный университет, 2025).

По теме диссертации опубликовано 7 работ, из которых 4 статьи входят в список рецензируемых изданий, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации для апробации результатов диссертационных исследований соискателей ученых степеней.

Соответствие содержания диссертации паспорту научной специальности, по которой она рекомендована к защите: диссертационное исследование соответствует специальности 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (германские языки). Направления исследования: 1. Основные этапы и направления становления и развития конкретного языка или языковой семьи. 3. Особенности формирования и функционирования конкретного языка или языковой семьи. 6. Лексический строй языка или языковой семьи (слово как основная единица языка, лексическая семантика, типы лексических единиц и категорий, структура словарного состава, функционирование лексических единиц, развитие и пополнение словарного состава, лексика и фразеология, и их связи с внеязыковой действительностью). 7. Словообразовательная система языка или языковой семьи (классификация словообразовательных единиц и категорий, модели словообразования, словообразовательные ряды).

Структура и объём работы. Цели и задачи настоящего исследования обуславливают его структуру, которая состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы, а также трёх приложений.

Во **Введении** обосновывается актуальность выбранной темы, определяются предмет, объект, цель, задачи и материал исследования, раскрывается научная новизна, теоретическое и практическое значение работы, указываются методы, используемые в работе, представляются положения, выносимые на защиту, описывается апробация результатов диссертации, а также соответствие специальности.

Первая глава посвящена рассмотрению неологии как науки, определению понятия «неологизм», анализу основных источников неологизмов, рассмотрению времени жизни новых слов и их статуса. Английские неологизмы систематизируются, анализируются их словообразовательные модели. Отдельно рассматриваются новые слова эпохи COVID-19 в различных сферах политики и общества и способы их образования в английском языке.

Во **второй главе** рассматривается трансформация лексикографии в информационно-справочную науку, ориентированную на потребности пользователя, прослеживается её развитие в отечественных и зарубежных парадигмах. Отдельное внимание уделяется описанию корпусной лексикографии, предоставляющей инструментарий для создания словарей, в том числе словарей новых слов. Проводится лексикографический анализ отечественных и зарубежных словарей COVID, выделяются их основные особенности и принципы лексикографирования неологизмов.

Третья глава посвящена отражению результатов проведенного исследования перспективы пользователей словаря COVID-19, где были выделены их основные предпочтения в рамках словарной разработки. Описывается логико-понятийная схема изучаемой лексической области. Предложена авторская модель словаря английских неологизмов COVID-19 на основе телеграм-канала. Представлено описание данной модели.

В **заключении** приводятся результаты, полученные в ходе исследования, формулируются основные выводы, а также намечаются перспективы дальнейшего исследования.

Библиография включает 211 работ отечественных и зарубежных исследователей по общим и специальным вопросам исследуемой темы, а также списки лексикографических и медиа источников.

В Приложениях представлен отчёт издательства Oxford English Dictionary в рамках ежегодной процедуры выбора «Слова Года» за 2020 год, анкета потенциальных пользователей авторского словаря неологизмов COVID-19, а также список, включающий 677 новых слов COVID-19, собранных в рамках проведения настоящего исследования.

ГЛАВА I. НЕОЛОГИЯ, НЕОЛОГИЗМЫ, НОВЫЕ СЛОВА COVID-19

1.1. Неология как комплексное направление исследований

Неология считается молодой и перспективной отраслью языкознания. Понятие «неологический бум» (исследования А.А. Пятуниной, В.П. Болдаковой, Е.В. Фалеевой) [Пятунина, 2017; Болдакова, 2012; Фалеева, 2022] в настоящее время особенно популярно в отечественной и зарубежной лингвистике, что обуславливается ростом новых информационных технологий, развитием во всех сферах современного общества. Лексический состав языка реагирует на любые изменения в жизни людей, отражает новые достижения во всех областях деятельности человека.

Необходимость собирать, исследовать и описывать новые слова никогда не вызывала сомнений. Несмотря на то, что понятие «неологизм» (от греческого «νέος» (neos), означающего «новый», и латинского слова «logos», которое переводится как «слово» или «учение») восходит ещё к 1700 году [URL: <https://www.oed.com/>], отдельная область языкознания, посвящённая новым словам, сформировалась лишь ко второй половине XX века. В то время рост количества новых слов в языке и необходимость их описания способствовали формированию особой отрасли лексикологии под названием «неология». «Эта наука занимается изучением неологизмов – новых слов, обозначающих недавно появившиеся предметы и понятия, которые еще не вошли в общеупотребительный словарный запас языка» [Заботкина, 1989: 6].

Учёные уделяют внимание неологизмам по двум основным причинам. Во-первых, новые слова, широко используемые в языке, следует держать в фокусе изучения из-за возможности их включения в обновлённые версии словариков авторитетных толковых словарей, чтобы актуализировать словарный запас и помочь неносителям языка понять его современное состояние и обогатить свой словарный запас. Во-вторых, неология как наука

призвана выполнять анализ неологизмов как таковых с точки зрения их классификации, функции и деривации. Оба эти подхода требуют тщательного и длительного изучения.

В последние десятилетия отмечается рост использования новых слов и выражений, которые активно проникают в публицистику, литературную критику, язык средств массовой информации и социальные сети. Эти области быстро реагируют на социальные трансформации и изменения в языке. Язык СМИ характеризуется процессами, изучаемыми различными сферами языкознания, от формальных и нейтральных до неформальных, где присутствуют элементы жаргона и разговорной речи.

Традиционно считается, что русская неология основана двумя отечественными исследователями: Ю.С. Сорокиным и Н.З. Котеловой. Они определяют данную отрасль как «науку об особенностях проектирования и составления словарей неологизмов, о специфике нового слова, значения и словосочетания как объектов таких словарей» [Алатогорцева, 1999: 2].

Начало систематического изучения неологизмов в английском языке в XX веке связано с именами лингвистов, которые сделали значительный вклад в данной области:

– Л.П. Смит (Logan Pearsall Smith). Хотя его основное внимание было сосредоточено на словаре и стилистике, работы Смита способствовали систематизации и пониманию того, как новые слова интегрируются в язык [Smith, 1912];

– профессор Ч.Л. Ренн (Charles Leslie Wrenn), автор работы «The English Language» (1949) [Wrenn, 1949], занимался исследованием изменений в английском языке, включая новообразования. Он изучал, каким образом эволюционирует язык, включая появление неологизмов;

– Э. Партридж (Eric Partridge) в своей работе над сленгом и неформальным языком исследовал и объяснял многие новообразования и изменения в английском языке, которые часто возводят к появлению неологизмов [Partridge, 1970];

– Дж. Алгео (John Algeo), автор книги «50 Years Among the New Words» [Algeo, 1991], исследовал неологизмы, появляющиеся в английском языке, и внес значительный вклад в методологическую основу изучения неологизмов.

Эти лингвисты, среди прочих, заложили основу для понимания и систематического изучения неологизмов, позволив многочисленным последующим исследованиям сфокусироваться на современных изменениях в лексике.

Развитие и укрепление неологии как отдельного направления определяет и круг проблем, связанных с различными аспектами исследования новых слов. В современной неологии существует два основных направления:

- 1) изучение особенностей изменения словарного состава языка (неологизм выступает в качестве объекта неологии);
- 2) выделение и исследование вопросов, связанных с лексикографированием неологизмов (неологизм выступает в качестве объекта неологии).

Неология, изучающая появление и распространение новых слов в языке, традиционно рассматривается как часть лингвистики. Однако, будучи феноменом, связанным с изменениями в культуре, обществе и технологиях, она имеет тесные взаимосвязи с рядом других научных дисциплин. Появление новых слов часто отражает изменения в социальной структуре, культурные сдвиги и технологическое развитие. Например, появление таких терминов, как «selfie» и «hashtag», связано с развитием социальных сетей и цифровых технологий. Исследователи социолингвистики рассматривают, каким образом новые слова отражают изменения в общественных нормах и ценностях.

Создание и усвоение новых слов требует участия когнитивных механизмов, таких как память, внимание и обработка информации. Психолингвисты исследуют, какие факторы способствуют успешному внедрению новых слов в лексикон носителей языка. Новые слова часто появляются в результате культурного обмена между различными сообществами. Например, многие английские неологизмы имеют свои корни в

других языках и культурах. Антропологи изучают, как новые слова интегрируются в культуру принимающего сообщества и какое влияние они оказывают на её развитие.

Многие неологизмы связаны с новыми открытиями и изобретениями. Например, термины «квантовая механика» и «искусственный интеллект» появились вместе с соответствующими научными дисциплинами. Историки науки и техники исследуют, как новые знания и технологии находят своё отражение в языке. Некоторые философы, такие как Л. Витгенштейн, утверждали, что язык играет ключевую роль в формировании нашего мышления и восприятия реальности. С этой точки зрения, появление новых слов может изменять наше понимание мира и способ взаимодействия с ним. Л. Витгенштейн в своей работе *Philosophical Investigations* (1953) исследовал связь между языком и мышлением, подчеркивая важность контекста и использования слов в повседневной жизни [Wittgenstein, 1953].

В XX веке появление новых слов в значительной степени было обусловлено необходимостью номинации новых технологий, процессов и явлений, вызванных стремительным развитием технической революции. Такие слова, как «компьютер», «интернет», «лазер» и «космонавт», стали результатом научно-технического прогресса и отражали изменения в материальной и технологической сферах жизни общества. Однако в XXI веке, с развитием цифровых технологий, широким распространением сетевого общения и социальных медиа, процесс создания новых слов претерпел значительные изменения. Современные неологизмы всё чаще возникают как результат индивидуального словотворчества, обусловленного активным участием пользователей в создании контента в сети, использованием мемов, сленга и игровых форм языка. Этот процесс подчеркивает демократизацию неологизации, когда каждый пользователь может стать автором/создателем нового слова и выражения, а также лексикографического продукта, регистрирующего небольшой лексический пласт (см. *волонтерская лексикография*).

Современные исследователи, такие как Д. Кристал в работе «Language and the Internet» (2011), отмечают, что интернет и социальные сети стали новым пространством для языковой инновации, где скорость распространения новых слов и выражений значительно увеличилась [Crystal, 2011]. В работе М. Кронгауза «Русский язык на грани нервного срыва» (2008) анализируется, как интернет-культура и медиа влияют на языковые изменения, способствуя появлению новых слов, которые часто носят игровой или экспрессивный характер [Кронгауз, 2008].

Развитие информационных технологий оказывает значительное влияние на создание и распространение новых слов. Интернет, социальные сети и мобильные устройства стали основными каналами передачи новой лексики. Именно в этих сферах появляется большое количество окказиональных соединений или авторских неологизмов, объём которых в современной лексике увеличивается благодаря интернету. Это явление можно рассматривать как ответ языка на вызовы VUCA-мира (*volatility, uncertainty, complexity, ambiguity* — *нестабильность, неопределённость, сложность и неоднозначность*), где скорость изменений и необходимость адаптации к новым условиям требуют гибкости и креативности в коммуникации [Bennett, Lemoine, 2014]. В условиях цифровой среды язык становится инструментом быстрого привыкания к новым реалиям, а окказионализмы и неологизмы отражают стремление говорящих к экспрессии, индивидуализации и оперативному реагированию на изменения.

Неологизмы в современном английском языке всё чаще становятся результатом общественного и индивидуального словотворчества, что напрямую связано с развитием интернета и социальных сетей. В условиях цифровой эпохи, возможностей wiki, при которых каждый пользователь может стать создателем контента, язык становится более динамичным, гибким и открытым для экспериментов. Социальные сети, блоги, форумы и мессенджеры предоставляют платформу для мгновенного распространения новых слов и выражений, которые часто возникают как реакция на актуальные

события, культурные тренды или потребности в самовыражении. Такие неологизмы, как «selfie», «FOMO» (fear of missing out), «ghosting» или «cancel culture», отражают не только изменения в языке, но и трансформацию социальных норм и коммуникативных практик. Этот процесс демонстрирует, как интернет и цифровые технологии стимулируют коллективное творчество, делая язык более эмерджентным и адаптивным к вызовам современности.

Таким образом, неология представляет собой междисциплинарную область, имеющую многочисленные связи с другими научными дисциплинами. Эти связи позволяют глубже понять природу и механизмы появления новых слов, а также их роль в развитии культуры, общества и технологий. Так, Н.А. Ахренова в своей диссертации «Доминанты современной интернет-лингвистики» справедливо отмечает, что поликодовые неологизмы, возникающие в интернет-коммуникации, проникают в разговорную речь и закрепляются в ней [Ахренова, 2018].

Другим направлением, в котором ведутся исследования в области репрезентации неологизмов, является лексикографический аспект, в частности специальные словари новых слов, значений и выражений (более подробно речь об этом пойдет в Главе II). Исследования в данной области ведутся достаточно давно. Еще в 1999 году Е.В. Юмшановой была защищена диссертация на тему «Принципы отбора и лексикографической обработки неологизмов в словарях новых слов английского языка», в которой предпринимается попытка внедрения теоретических знаний неологии в практику лексикографии, что способствует комплексному описанию явления неологизации словарного состава английского языка [Юмшанова, 1999].

Первые словари неологизмов, вышедшие в 1970-е годы, представляли собой важные достижения в области лексикографии и неологии. Эти словари играли значительную роль в фиксации и систематизации новых слов, появившихся в русском, английском и французском языках в тот период.

На русском языке одним из первых словарей неологизмов стал «Новые слова и значения: Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 60-

х годов», изданный в 1971 году под редакцией Н.З. Котеловой и Ю.С. Сорокина [Котелова, Сорокин, 1971]. Данная работа представляет собой опыт издания, дополняющего толковые словари русского языка словами, значениями слов и выражениями, появившимися или ставшими активно употребляться в периодической печати и художественной литературе в 50-60-е годы XX в. или несколько ранее. Словарь включал около 3500 лексических единиц и предназначался для специалистов-филологов, преподавателей русского языка, лиц, изучающих русский язык, переводчиков, писателей и др.

Для английского языка важным событием стало издание «Longman Dictionary of Contemporary English» в 1978 году [Longman Dictionary of Contemporary English, 1978]. Хотя это был не специализированный словарь неологизмов, он включал большое количество новых слов и выражений, возникших в 1970-е годы. Этот словарь отличался тем, что предлагал не только определения, но и примеры использования слов в реальных контекстах, что делало его полезным инструментом для изучения современного английского языка.

Во Франции в 1970-е годы также появилось несколько важных изданий, посвященных неологизмам. Одним из наиболее известных стал «Dictionnaire des mots nouveaux», опубликованный в 1971 году под редакцией П. Гилберта [Gilbert, 1971]. Этот словарь включал более 3000 новых слов и выражений, появившихся во французском языке в течение предыдущего десятилетия. Особое внимание уделялось заимствованиям из английского языка, а также новым техническим и научным терминам.

До сих пор учёные не пришли к единому определению понятия «неологизм». В следующем параграфе необходимо исследовать различные точки зрения отечественных и зарубежных лингвистов по этому вопросу.

1.2. К вопросу определения понятия «неологизм» в современной лингвистике

Все изменения, происходящие в жизни и деятельности людей, отражены в словарном составе любого языка. Прежде всего, новые слова и их значения воспроизводят расширяющуюся область человеческих знаний. Таким образом, словарный запас языка постоянно пополняется новыми словами и их значениями.

Языковой состав может обновляться, расширяться, изменяться и обогащаться различными способами. Например, в определенные периоды исторического развития любого государства в языке этой страны появляется значительное количество лексики, заимствованной из других языков. В отличие от заимствования, образование новых лексических единиц на основе родного языка с помощью различных способов словообразования является основным источником пополнения словарного запаса.

В общем смысле, неологизмами могут считаться слова или фразеологические обороты, которые входят в словарный запас языка в результате изменений в культуре и технике, общественных и социально-экономических отношениях и изменений в быту и условиях жизни людей.

Термин «неологизм» употребляется для определения нового (иноязычного) слова. Слово «neologism» образовано в английском языке путем деривации по образцу французского лексического элемента и, по данным Oxford English Dictionary, используется в английском языке с 1772 года [URL: <https://www.oed.com/>]. Исходя из вышеуказанной этимологии, неологизм определяется как любое новое слово, зафиксированное в языке. Данное толкование является наиболее простым и ясным. Однако по прошествии времени под неологизмом учёные стали понимать и другие новые лингвистические формы.

Несмотря на то, что было проведено множество научных исследований, посвященных неологизмам, до сих пор трудно дать всестороннее определение

данного многогранного термина. Это связано с тем, что анализ понятия и сущности неологизмов объединяет в себя ряд теорий, включая стилистическую, лексикографическую, денотативную, структурную, конкретно-историческую и психолингвистическую. За исключением психолингвистической теории, каждый из этих подходов рассматривает неологизм с точки зрения его участия в языковой системе, игнорируя самих носителей языка.

Неологизмы определяются представителями различных научных теорий по-разному. По стилистической теории неологизмы представляют собой стилистически-маркированные слова с характерной новизной, которая является одним из их признаков и не является доминирующим свойством новообразований [Тимашова, Воронина, 2014]. Признак новизны в научных работах Е.В. Сенько имеет связь с хронологическим критерием. Исследователь утверждает, что своеобразная маркированность временем, которая влечет за собой известную необычность, свежесть на фоне привычных языковых форм, малоизвестность в широком употреблении является общим для всех неологизмов [Сенько, 2000]. Подобная трактовка предопределила один параграф в нашем исследовании, посвященный попытке описания продолжительности «новизны» у лексической единицы, когда новое слово перестает быть таковым (см. Параграф 1.5).

Лингвист Н.М. Шанский выделяет так называемые семантические неологизмы – зафиксированные словарями старые слова, значение которых изменилось или расширилось [Шанский, 2009]. Семантические неологизмы, будучи составной частью лексико-семантической системы языка, формируют собственную микросистему с определенной степенью независимости. При этом каждая единица внутри этой микросистемы не только отражает окружающий мир, но и активно взаимодействует с другими элементами языковой структуры, образуя целостную систему [Касьянова, 2006].

Денотативная теория также является одним из самых известных научных предположений о сущности неологизмов. Она была взята за основу

во многих исследованиях, например, в «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой [Ахманова, 2010], «Русской лексикографии» В.А. Козырева и В.Д. Черняка и других [Козырев, Черняк, 2004].

Денотативная теория определяет неологизм как слово, обозначающее новое понятие или явление. Так, в книге В.А. Козырева и В.Д. Черняка словарь неологизмов определяется как «тип словаря, в котором описываются слова или обороты речи, созданные для обозначения нового предмета или для выражения нового понятия» [Козырев, Черняк, 2004: 69]. На наш взгляд, недостатком данной теории является то, что она не учитывает внутриязыковые причины возникновения неологизмов, которые включают стремление носителей языка к выразительности и экономии языковых средств, а также то, что неологизмы могут представлять собой различные понятия и явления.

По мнению сторонников структурной теории (Ф. де Соссюр, Р. Jakobson, Л. Блумфилд, З. Харрис) только слова с абсолютной структурной новизной считаются неологизмами [Соссюр, 2025; Jakobson, 1996; Блумфилд, 2010; Харрис, 1986]. В большинстве случаев это совершенно новые и уникальные сочетания, которые носителями языка считаются неприменимыми лексическими единицами. Поскольку они состоят из известных морфем и понятны носителям языка, производные, мотивированные слова не относятся к новой лексике. Тем не менее, структурная теория вызывает много споров. Во-первых, большинство новых слов являются производными; поэтому определение «неологизма» как слова с абсолютно новой формой противоречит данному факту. В этом контексте неологизмы, которые имеют новую структуру, представляются как редкие и необычные слова для системы языка. Во-вторых, согласно российскому филологу Н.З. Котеловой, «с теоретической точки зрения, таких слов не должно быть» [Котелова, 1978: 18], поскольку при их образовании используются только грамматические словоизменительные морфемы.

Все сказанное выше не позволяет нам согласиться с исследованными теориями неологизмов. Точка зрения ученого Н.З. Котеловой представляется

более правильной. В данной теории утверждается, что новизна слова должна быть тщательно изучена с точки зрения времени, языкового пространства и типа, что приведет к более точному пониманию сущности неологизма. «Понятие неологизма исторично и относительно» [Котелова, 1988: 91], в связи с чем требуется его конкретизация. Таким образом, неологизмами называются слова, которые уже функционируют в определенном языке, подязыке и языковой сфере, но раньше не существовали в том же языке, подязыке и языковой сфере [Котелова, 1978: 22].

Вопрос о том, считается ли неологизмом устоявшееся слово с новым значением, вызывает споры среди лингвистов. Различные школы и направления предлагают разные ответы на этот вопрос. Рассмотрим мнения некоторых известных лингвистов и их теории относительно данного вопроса.

Некоторые ученые, такие как В.В. Виноградов [Виноградов, 1994], считали, что изменение значения слова также может считаться неологизмом, если это изменение существенно влияет на функционирование слова в языке. В его трудах отмечается, что неологизмы могут возникать не только путем создания новых слов, но и путем переосмысления уже существующих. Е.В. Рахилина [Рахилина, 2002], российский лингвист, специализирующаяся на когнитивной лингвистике и лексической семантике, поддерживает точку зрения, согласно которой семантические инновации, приводящие к изменению значения слова, могут рассматриваться как неологизмы. Она подчеркивает, что такие изменения могут происходить постепенно и незаметно, но всё же вносить существенные изменения в лексику языка.

Другие лингвисты, напротив, утверждают, что неологизмами следует считать только те слова, которые обладают абсолютной структурной новизной. С.А. Крылов [Крылов, 1982], российский лингвист, специалист по общему языкознанию и фонетике, считает, что изменение значения существующего слова не делает его неологизмом, так как форма остается прежней. А.Е. Кибрик [Кибрик, 1999], российский лингвист, занимающийся проблемами общего языкознания и типологии, придерживается схожего

взгляда, утверждая, что неологизм должен обладать формальной новизной, а изменение значения недостаточно для признания слова неологизмом.

Таким образом, существуют две основные точки зрения на вопрос о признании устоявшегося слова с новым значением неологизмом. Одни лингвисты считают, что семантические изменения могут приводить к возникновению неологизмов, тогда как другие настаивают на необходимости формальной новизны.

В рамках психолингвистической теории ученые рассматривают критерии включения нового слова в корпус справочника. Утверждается, что в современных словарях отсутствуют неологизмы [Лаврова, 2010], то есть новое слово перестает быть новым с момента его регистрации в словаре. Психолингвистика внесла значительный вклад в развитие неологии [Брагина, 2015]. Такие ученые, как С.И. Тогоева, Т.Ю. Сазонова, Т.Г. Родионова и др., представили теорию о психолингвистическом влиянии на неологию. Данная теория рассматривает неологизм с точки зрения менталитета носителей языка. Тем не менее, речевой опыт каждого человека является индивидуальным.

Таким образом, неологизмы могут включать как традиционные историзмы, архаизмы, так и другие слова, такие как жаргонизмы, термины и профессиональную лексику, которые существуют в языковой системе, но не используются носителями по различным причинам. Также неологизмами не могут считаться специальные термины или профессионализмы, которые давно существуют в языковой системе, но не воспринимаются отдельным индивидом.

Основной признак неологизма – его временный характер, направленный в будущее. «Статус нового слова в лексиконе отдельной личности индивидуален в отличие от остальных единиц лексикона в связи с тем, что его идентификация происходит параллельно с его усвоением», – утверждает российский лингвист С.И. Тогоева [Тогоева, 2000: 79]. По её мнению, «включение новых слов в индивидуальный лексикон происходит на

протяжении всей жизни человека в социуме параллельно с усвоением новых знаний» [Тогоева, 2000: 81].

И.А. Воробьевой утверждается, что к неологизмам должны относиться слова, которые существуют в определенный период языка и не существовали в предшествующий период. Лингвистом определяется точка отсчета: «новые слова – это слова, возникшие на памяти применяющего их поколения» [Воробьева, 2019].

Один из представителей западной психолингвистики, Д. Кристал, также рассматривает неологизм как явление, тесно связанное с индивидуальным восприятием языка. В своей работе «Language Play» (1998) он отмечает, что неологизмы могут возникать не только в результате внешних влияний, таких как заимствование или словотворчество, но и вследствие внутренних процессов, происходящих в сознании говорящего [Crystal, 2011]. Д. Кристал выделяет два уровня восприятия неологизма: первый уровень — это момент первого столкновения с новым словом, второй — процесс его осмысления и интеграции в личный лексикон.

Согласно Д. Кристалу, неологизм — это не обязательно слово, которого раньше не существовало в языке вообще, но слово, которое ранее не использовалось данным индивидом. Такое определение подчеркивает значимость индивидуального опыта и восприятия в процессе формирования и освоения новых слов [Crystal, 2011].

А.Д. Васильев говорит о том, что психологическая оценка факта новизны слова является субъективной, не поддается абсолютизации, но при этом считает возможным дать определение неологизма с опорой на критерий, максимально расширив круг носителей языка, мнение которых учитывалось бы при квалификации какого-либо слова как неологизма [Васильев, 2018].

Швейцарский психолог Ж. Пиаже, известный своими исследованиями когнитивного развития детей, рассматривал язык как инструмент познания и общения, и его теория стадий когнитивного развития предполагает, что дети проходят через определенные этапы, осваивая новые слова и конструкции

[Piaget, 1926]. На каждом этапе они сталкиваются с новыми словами, которые становятся для них неологизмами.

Американский лингвист Н. Хомски, создатель теории универсальной грамматики, исследует язык как врожденную способность, и его модель предполагает, что люди способны генерировать бесконечное количество предложений на основе ограниченного набора правил [Chomsky, 1965]. В таком контексте неологизмы могут возникнуть как результат применения этих правил к новым ситуациям и контекстам.

В последних исследованиях по вопросу определения сущности понятия «неологизм» утверждается, что «многоаспектность исследования новых слов в современном языке не обеспечивает их достаточно полный и глубокий анализ» [Шеремета, 2024]. Это связано с тем, что исследования неологизмов ведутся с разных точек зрения (лексикология, семантика, социолингвистика, психолингвистика и т.д.), однако в них отсутствует единый, интегрированный подход. Каждый аспект рассматривается отдельно, что не позволяет увидеть полную картину.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сформировать два основных аспекта в определении неологизма. Для первого подхода используется традиционная лингвистика, в которой неологизм – лексема, которая недавно появилась в языковой системе и обозначает новое явление, понятие или реальность. Во втором подходе основную роль играет психолингвистический аспект, при этом под новым словом понимается лексическая единица, ранее не встречавшаяся и не усвоенная языковым сознанием человека. Таким образом, новое слово может включать не только неологизмы, но и другие элементы языковой структуры, такие как архаизмы, историзмы, профессионализмы, жаргонная лексика и так далее. Критерий «ощущение новизны» также лежит в основе психолингвистического подхода к пониманию нового слова. Несмотря на то, что он субъективный и неоднозначный, именно этот критерий является результатом сложных психических процессов конкретного человека. Развитие языковой личности и

словарный запас каждого человека зависят от его личного «ощущения новизны».

В рамках данного исследования мы определяем неологизм как лексическую единицу, которая недавно появилась в языковой системе и обозначает новое явление, понятие или реальность.

1.3. Дополнительные аспекты рассмотрения неологизмов

Существует множество процессов, через которые проходят слова при их образовании. Носители языка не обращают внимания на какой основе создаются неологизмы, так как для них это является естественным процессом. Окказионализмы, которые являются продуктом сиюминутного словотворчества и/или выражают мгновенное восприятие предмета или реальности, одновременно с неологизмами являются просто словами, созданными для удовлетворения потребностей человека в конкретный момент времени.

Такое явление, как заимствование новых слов, незначительно распространено в английском языке. Английский обычно является источником для заимствования слов для других языков, поскольку это один из коммуникативных языков во многих мировых сферах, например, IT-технологии, маркетинг и другие мировые процессы. Несмотря на это, современный английский язык время от времени обогащается новыми заимствованными словами. В данном случае речь идет об элементе моды. Модные слова любого языка используются во всем мире, независимо от наличия или отсутствия понимания этого слова. Например, с ростом популярности японской культуры и гаджетов, английский язык пополнился такими словами, как «tamagochi», «pokemon» и т. д.

Появление заимствованных слов обычно ограничивается их коммерческой сферой. Японские слова преобладают в сфере гаджетов и новых изобретений. Слова из китайского и индийского языков получают широкое

распространение в пищевой промышленности, в особенности традиционные блюда, которые сохраняют свое оригинальное наименование и постепенно пополняют английский язык: такие деликатесы, как «suchi» или «fugu», еще несколько лет назад считались новыми. Индустрия моды находится под сильным влиянием французского языка: слово «couturier» изначально французское, которое со временем частично ассимилировалось в английском. Заимствования невозможно предсказать, но для английского языка они являются обычным явлением. Естественным процессом в языке оказывается номинация реальности единицей, которая используется повсеместно вместо того, чтобы создавать новое слово, которое сложно для восприятия общества.

Культурное принятие нового слова является важным аспектом современного состояния языка. Лингвист Ж. Эйтчисон в одном из своих исследований обращает внимание на данную проблему. Учёный утверждает, что «носители языка зачастую не считают новые слова частью речевой системы» [Aitchinson, 1981: 4]. Существует мнение, что слово для обозначения конкретной новой вещи уже существует в языке и нет необходимости создавать новое. Среди англичан, придерживающихся традиционных ценностей, существует мнение, что неологизмы образуются из-за незнания английского языка и «бастардизации» такого и без того богатого языка, каким, несомненно, является английский. В противовес данной позиции, Ж. Эйтчисон выражает собственную точку зрения по данному вопросу: существование абсолютного стандарта правильности, которого следует придерживаться, имеет свое происхождение в естественной ностальгической тенденции. Приверженцы традиционных взглядов мыслят так, как будто существовал конкретный год, когда языки достигли определенного уровня совершенства, который мы все должны стремиться поддерживать. На самом деле «такого года никогда не было» [Atchinson, 1981: 13]. Нельзя не согласиться с позицией лингвиста, так как перемены в языке – это яркий признак жизни языка. Только мертвые языки сохраняют свой словарный запас

стабильным и неизменным. Живой язык похож на живого человека: чем больше он растет, тем больше накапливает знаний.

С другой стороны, сторонники альтернативной точки зрения рассматривают неологизмы как способ обогащения языка и важный признак его жизни и роста. «Оптимистическая цель сталкивается с рядом проблем, связанных с вариативностью языка, с одной стороны, и нечеткостью языка – с другой» [Aitchinson, 1981: 39]. В результате данных споров факт принятия неологизмов в язык ставится под вопрос. Это объясняет, почему некоторые неологизмы так и не попадают в словари и в конце концов перестают использоваться в языке. Некоторые слова, несмотря на противодействие специалистов-лексикографов, продолжают жить в устном варианте и постепенно становятся ценной частью языка. Самая сложная проблема, которая беспокоит любого лингвиста, — это определить реальный возраст неологизма. Из-за временных задержек, которые происходят в процессе включения лексической единицы в словники словарей, идентификация слова может быть затруднена. В газетах, например, могут встречаться слова, которые до сих пор пишутся в кавычках, потому что обновленные версии словарей их не содержат. При этом, в корпусе текстов такое слово может существовать уже несколько лет.

Как и любой другой язык мира, английский постоянно развивается. Ежегодно в английский язык добавляется около 25 000 слов, согласно заключению Третьего Нового Международного Словаря Вебстера [Webster's Third New International Dictionary, 1993], опубликованного в 1993 году.

По оценкам GLM (Global Language Monitor), в современном мире каждые 98 минут создается новое слово (примерно 14,7 новых слов в день) [Пономаренко, 2019]. Каждый год в словари английского языка добавляется примерно от 800 до 1000 неологизмов (только в XX веке было добавлено более 90 000 слов). По оценкам редакторов третьего издания OED, которое должно быть завершено к 2037 году, скорость включения новых слов в OED составляет около 4 000 в год [URL: <https://www.oed.com/>].

П. Пейак, президент Global Language Monitor, отмечает, что английский язык — это лингва франка современного мира: «Английский стал универсальным средством общения; никогда прежде так много людей не могли так легко общаться с таким большим количеством других» [Payak, 2008]. Полвека назад, в 1960 году, насчитывалось около 250 миллионов носителей английского языка, а сегодня более 1,53 миллиарда человек говорят на нем как на основном, втором или деловом языке. Данные показатели позволяют лингвистам изучать язык на гораздо более широком уровне, чем, например, чешский. «Другими словами, каждый год в среднем появляется 900 неологизмов, которые рано или поздно становятся достаточно заметными, чтобы считаться устоявшимися в языке и достойными занесения в крупнейший словарь английского языка» [Ayto, 1990: 181]. Несомненно, данные слова распространены во всех областях жизни общества.

1.4. Основные источники английских неологизмов

Язык никогда не перестает изменяться. Нововведения в языке можно наблюдать непосредственно в его словарном запасе. Первый аспект — это то, что представляют собой новые слова, а второй — когда они появляются и входят в словарь. Исходя из вышеперечисленных аспектов, неологизмы — это новые слова или слова, которые придают новое значение человеческому обществу в определенный период в связи с изменениями в обществе, экономике, политике и культуре, особенно в науке и технике, чтобы приспособиться к новой ситуации и новым потребностям. Английский язык постоянно развивается, и появление новых слов доказывает его способность к адаптации. Значение английских неологизмов для понимания эволюции языка заключается в том, что они отражают процесс языковой адаптации, культурных и социальных изменений, а также языковых инноваций.

1.4.1. Неологизмы в сферах политики и экономики

За последние два-три десятилетия политическая обстановка в мире сильно изменилась. Эти изменения, несомненно, привели к появлению множества новых английских слов, связанных с политикой. Такие слова также именуются «неополитизмами». По словам С.А. Маник, журнал TIME в 2011 году ввёл термин «неополитизм» (от слияния *neologism* + *politics*) для определения нового слова с политическим оттенком [Маник, 2016]. Как справедливо отмечает исследователь, образование данного термина обусловлено большим количеством новых слов, появившихся в политической сфере и зачастую превосходящих по популярности сферы естественных наук и информационных технологий [Маник, 2016].

Например, популярный политический неологизм последнего времени – «Brexit», русский вариант которого – «Брексит», стал словом года 2016 по версии словаря Collins Dictionary, так как быстро получил широкое распространение и породил множество других политических неологизмов. Термин связан с результатами референдума 2016 года в Великобритании, на котором 53 % всех жителей проголосовали за выход из еврозоны. Неологизм образован от сочетания частей двух слов – «Britain» + «Exit».

Еще одним популярным словом 2016 года является «Trumpism» и относится к политической философии американского президента Д. Трампа. В некоторых случаях неологизм также может относиться к заявлениям и высказываниям президента.

Аналогичные принципы образования и перевода (фамилия + -ism) можно наблюдать в неологизмах с именами многих американских и других политических лидеров по всему миру. Это «Clintonism», «Obamaism», «Bushism», «Thatcherism» и многие другие. Во всех этих случаях, кроме «Bushism», неологизмы обозначают политические взгляды этих лидеров. Что касается «Bushism», то это нестандартные высказывания, фразы, произношения, а также смысловые или языковые ошибки в публичных

выступлениях Джорджа Буша-младшего, за которые он часто становился объектом критики.

Язык — это социальное явление. С развитием общества и формированием глобальной экономической интеграции контакты между людьми в различных сферах, таких как торговля и культурные обмены, неизбежно приводят к языковому контакту. Поэтому в английском языке появляется большое количество новых слов. Например, слова «the World Trade Organization», «the Organization of Petrol Exporting Countries» и «Automatic Teller machines» тесно связаны с общественной жизнью в сфере экономики [Zonghua, 2009].

1.4.2. Неологизмы из области культуры

Взаимодействие между языком и культурой не только ограничивает культуру, но и укрепляет ее. Будучи одной из самых активных частей языка, новые слова, соответственно, неотделимы от влияния культуры. В современном обществе межкультурная коммуникация становится все более частой. Чтобы устранить барьеры между представителями разных культур, разных социальных уровней и групп, уменьшить социальные трения или снять психологическую тревогу, люди часто используют некоторые новые слова для эвфемистического выражения и описания вещей, чтобы удовлетворить потребности культурной психологии людей. В свою очередь, в английском языке можно отметить значительное количество лексических единиц.

Например, «flash mob» – это большая группа людей, организованная с помощью Интернета, мобильных телефонов или других беспроводных устройств, которые собираются вместе на публике, чтобы выполнить заранее оговоренное действие, а затем быстро разойтись.

Термин «Geekery» ранее использовался для обозначения «странных цирковых номеров», но не был общеупотребительным. Сейчас он означает «живой интерес к изучению какого-либо предмета или обширные знания в

определенной области». Также существуют некоторые производные от данного понятия, например, «being a geek».

Все более низкоуглеродный, экологически чистый образ жизни постепенно меняет повседневную жизнь людей. «Freegan» — это составное слово, образованное от free и vegan. «Freegans» — это группа людей, которые не делают покупок (в том числе продуктов питания), не водят машины, не покупают дома и даже не ходят на работу, используют как можно меньше ресурсов и живут на крайне ограниченные средства.

Здоровый образ жизни заставил многих курильщиков отказаться от традиционных сигарет. Вместо этого возникло слово «vaping» как сокращение от «vapour» или «vaporizer» и был добавлен в Оксфордские словари в августе 2014 года в значении «вдыхать или выдыхать пар электронной сигареты или подобного устройства», а само устройство и действие также может называться «vape» [<https://www.oed.com/>].

В последние несколько лет термин «cultural tourism» набирает большую популярность. Под «культурным туризмом» понимается особый вид путешествий, в которых основное внимание уделяется изучению и оценке уникальных традиций и истории того или иного места. Это не просто посещение музеев или фестивалей, но и глубокое погружение в повседневные аспекты местной жизни. Аутентичная местная еда, рынки и даже случайные беседы с жителями являются неотъемлемой частью «культурного туризма».

В условиях все более частых международных экономических и культурных обменов из-за различий в обычаях и привычках между представителями разных культур могут возникать разногласия. Поэтому некоторые слова в английском лексиконе изменяются, чтобы сделать их применение более широким. Например, чтобы показать уважение, парикмахера могут называть «a beautician», прислугу – «a domestic engineer», а сборщика мусора – «a sanitation engineer» [Yubei, 2016].

1.4.3. Неологизмы в области технологического развития

Во второй половине XX века, в связи с бурным развитием науки и техники в мире, появилось бесчисленное множество новых английских слов, посвящённых новым технологиям.

Наиболее типичными технологическими неологизмами являются слова, начинающиеся на «е-». «Е-» – это первая буква слова «electronic». С быстрым развитием электронных технологий приставка «е-» приобретает особую словообразовательную функцию, которая порождает большое количество новых слов. Например, «e-AD», «e-banking», «e-commerce», «e-cash», «e-center», «e-education», «e-government», «e-learning», «e-library», «e-life», «e-market», «e-conference», «e-money», «e-office», «e-school», «e-store», «e-text», «e-transaction» и т. д. [Zonghua, 2009].

Существуют слова, связанные с космической отраслью: «astronaut», «cosmonaut», «blast off», «countdown», «spacesuit», «space shuttle» [Zhimin, 1997].

В обозначенной сфере существуют также слова, связанные с компьютерными технологиями, такие как «software», «hardware», «input», «output», «memory», «monitor» и т. д. Как видно, развитие науки и техники оказало большое влияние на создание новых слов.

1.4.4. Неологизмы медицинской сферы

Появление неологизмов в медицинском секторе английского языка отражает стремительное развитие науки, технологий и изменений в обществе. Медицинские неологизмы возникают по разным причинам, включая открытие новых заболеваний, разработку инновационных методов лечения, внедрение новых технологий и реагирование на глобальные вызовы здравоохранения.

Примерами новых слов могут служить: «COVID-19» (болезнь, вызванная новым коронавирусом SARS-CoV-2); «telemedicine»

(предоставление медицинских услуг на расстоянии с использованием телекоммуникационных технологий); «CRISPR-Cas9» (технология редактирования генома, позволяющая вносить точные изменения в ДНК); «mental health» (психическое здоровье, включающее эмоциональное, психологическое и социальное благополучие); «precision medicine» (индивидуализированный подход к лечению, основанный на генетической информации пациента); «biomarker» (биологический показатель, используемый для оценки состояния здоровья или эффективности лечения); «bio-computer» (компьютер, в котором вместо электрических компонентов используются компоненты биологического происхождения (например, молекулы ДНК)); «e-health» (использование информационных и коммуникационных технологий в здравоохранении).

Сфера медицины постоянно развивается, и вместе с ней появляются новые термины, отражающие последние достижения науки и технологии. Медицинские неологизмы помогают специалистам и пациентам понимать и обсуждать новейшие методы диагностики, лечения и профилактики заболеваний.

Неологизмы служат важным инструментом адаптации языка к изменяющимся условиям жизни. Они помогают обществу выражать новые идеи, понятия и явления, делая общение более точным и эффективным. В каждой сфере жизни неологизмы выполняют свою уникальную функцию, обеспечивая возможность обсуждения и понимания новых реалий.

1.5. Статус нового слова и время его жизни

Как уже ранее было указано, толкование термина «неологизм» является достаточно неоднозначным. Это связано с тем, что учёными ещё не определены четкие критерии для описаний данного понятия ввиду разнообразия и смешения его определяющих факторов. Во-первых, это касается временного критерия неологизма. Остается открытой проблема

определения времени жизни неологизма и длительности его новизны. Не существует универсального ответа на данный вопрос. Значение «нового» относится к единицам языка, которые появились позднее какого-либо временного периода, принятого за исходный. Однако данный критерий относительный, условный и произвольный. Таким образом, лексикологи в 1970-х годах считали, что «жизнь» неологизма составляет десять лет. Например, Л. Гильбер считал так, говоря о лексикографической практике П. Жильбера, автора «Словаря современных слов» [Гак, 1978]. Тем не менее, в наши дни, благодаря силе СМИ и мгновенному распространению языковых инноваций, лингвисты склонны к тому, чтобы уменьшить время, необходимое для того, чтобы новое слово было признано таковым, до пяти лет или даже меньше [Левашов, 2012]. Таким образом, этот критерий относительный.

Во-вторых, другая проблема с определением термина «неологизм» заключается в том, что он отделяется от других видов языковых инноваций. Авторский или речевой гапак представляет собой неологизм, который является окказиональным и, вероятно, используется однократно. Вместе с предыдущей проблемой неоднозначно решается проблема терминологических инноваций, которые распространяются только в специальных кругах, но не используются остальными говорящими. С другой стороны, открытым остаётся вопрос о том, можно ли считать, что неологизм является новой единицей языка, которая раньше использовалась только в определенной области.

Исследователи сильно расходятся в этом вопросе: некоторые считают, что слово приобретает качество неологизма только тогда, когда оно воспринимается общественностью как новое [Rey, 1995], а другие считают, что любая инновация, даже одноразовая, является неологизмом и может жить долго или очень коротко [Sablayrolles, 2002].

По мнению многих известных лексикографов, таких как А. Рей, которые придают большое значение социальному аспекту языка, окказиональные образования и инновации не стоит считать неологизмами и включать их в

словари, так как это приведёт к чрезмерному разбуханию и неоправданному смешению единиц разного уровня [Rey, 1995].

Однако лексикологи выделяют и другую сторону исследования неологии. Они обращают внимание на само появление новой единицы и на то, как она функционирует в языке, независимо от того, как она будет развиваться в будущем.

В настоящей работе неологизм используется как общий термин для обозначения всех видов языковых изменений. В частности, появление новых слов; изменение значений уже существующих слов; создание новых грамматических конструкций или правил; введение новых фонетических особенностей; формирование новых стилистических приемов и жанров. Таким образом, любые отклонения от общепринятого языкового кода могут быть включены в понятие неологизма, на каком бы уровне эти отклонения ни проявлялись.

«Ощущение новизны» считается неотъемлемым качеством неологизма. Тем не менее, данное «ощущение» в основном связано с языковой интуицией человека, критерием, который не всегда является надежным. Взгляды на «неологичность» различных форм достаточно субъективны.

Жизнь неологизма, как правило, распределяется на несколько этапов. Первый этап – это появление нового слова как такового, вторым этапом является развитие использования слова. Третий этап – пик частотности употребления неологизма в СМИ, социальных сетях и устном общении. И, наконец, четвёртый этап – это закрепление слова в авторитетных словарях, когда лексическая единица теряет статус «новой» и переходит в пласт общеупотребительной лексики. Заметим, что данная модель в некотором роде схожа с временем жизни отдельного поколения, которое также зарождается, развивается, достигает своего пика и, наконец, происходит его спад. Характерной чертой каждого отдельного поколения может считаться уникальный лексический состав, или, проще говоря, сленг. Сленг, как и неологизмы, явление очень неустойчивое, так как каждая смена поколений

несёт за собой новую лексику и новые слова. В данном случае можно проследить связь сленгизмов и неологизмов, так как если слово относится к сленгу, но появилось небольшое время назад, его можно также считать и неологизмом. Сленг, как и новые слова, являются кратковременными явлениями. Несмотря на схожесть, можно выделить особенности каждого лексического явления.

Так, сленг отличается неформальной, эмоциональной и фамиллярно окрашенной лексикой, которая активно употребляется в молодёжной среде (см. подробнее об Urban Dictionary в Главе II, Параграфе 2.4). В свою очередь, неологизмы зачастую эмоционально нейтральны, используются людьми независимо от их возраста или принадлежности к какой-то определённой группе. Новые слова создаются для описания, номинации незнакомого, нового понятия или старого концепта, наделённого новыми культурными контекстами.

Неологизмы, представляющие собой сленговые выражения, возникают в процессе общения интернет-пользователей и используются для обозначения новых процессов, участников, устройств, непосредственно связанных с Интернетом и используемых в процессе общения в Интернете. Данная группа известна как «сетевые неологизмы» и впоследствии стала важной частью молодёжного сленга. Как утверждает лексикограф Д.В. Конишевский, «неологизмы цифровой культуры становятся языковым инструментом всего общества» [Конишевский, 2019: 4].

Нельзя утверждать, что понятия сленга и неологизмов синонимичны, но они обладают общими чертами и могут пересекаться в рамках временных показателей, а также в контексте языка, на котором говорит молодое поколение.

Другим схожим явлением, набирающим популярность в настоящее время являются так называемые «buzzwords». По данным словаря Cambridge Dictionary, они определяются как «слова или выражения определенной

предметной области, ставшие модными благодаря частому употреблению, особенно на телевидении и в газетах» [URL: <https://dictionary.cambridge.org/>].

В настоящее время учёными и переводчиками ещё не дан чёткий перевод данного явления. В исследованиях на данную тематику учёные предлагают такие переводы, как «модное слово», «дежурное слово», «слово, которое у всех на слуху» [Польская, 2013]. Лингвисты традиционно относят buzzwords к специальной лексике несмотря на то, что такие лексические единицы не могут быть отнесены к одной определённой категории специальной лексики.

Источниками возникновения buzzwords являются узкие профессиональные группы, например, сфера бизнеса. Исследователь С.С. Польская утверждает, что «данные лексические единицы не являются номинативными, что отличает их от терминов и профессионализмов. Задачей использования данных слов является выполнение репрезентативной функции» [Польская, 2013]. Используя такие слова в своей речи, специалисты показывают, что они принадлежат к определённой профессиональной общности, обособляясь тем самым от неспециалистов в данной области. Примером могут послужить buzzwords сферы бизнеса: «return on investment» (возврат инвестиций), «synergy» (синергия), «customer journey» (путь клиента), «deep dive» (глубокое погружение, например, в определённую сферу), «impact» (воздействие), «startup» (стартап).

Несмотря на то, что buzzwords изначально зарождались в рамках корпоративной сферы как отражение языкового следа отдельных профессиональных сообществ, в настоящее время они стремительно набирают популярность в общей лексике.

Современное развитие языка включает появление модных слов, которые номинируют новые реалии и понятия. В данном случае buzzwords пересекаются с неологизмами, языковая функция которых достаточно схожа. Отличительной чертой модных слов является их широкое употребление с момента их появления, а также достаточно непродолжительное время жизни, что может осложнить их лексикографическую регистрацию.

Buzzwords появляются не случайно, так как они являются ответом на запросы современных пользователей языка о номинации модных и популярных явлений.

Как известно, любая мода, в том числе языковая, является явлением недолговечным, временным и проходящим. Buzzwords отражают моду, и зачастую такие слова выходят из употребления, поэтому можно предположить, что время их жизни небольшое – до одного десятилетия. Причины появления и исчезновения вкупе с анализом длительности жизни модных слов в настоящее время ещё недостаточно изучены и требуют междисциплинарных исследований. Примером может послужить публикация Е.А. Никулиной о лексикографической репрезентации английских неологизмов в современных онлайн словарях [Никулина, 2024]. В данной работе автор рассматривает явление buzzwords в словарях Dictionary.com и WordSpy.com и приходит к выводу о том, что «современные электронные ресурсы предоставляют большие возможности для изучения таких неологизмов и являются значительной помощью для лингвистов и лексикографов, занимающихся изучением таких единиц» [Никулина, 2024].

По нашему мнению, «модные» слова напрямую относятся к сфере неологизмов и отличаются кратковременным употреблением. Определённая их часть может остаться в языке, тем самым теряя ключевое для неологизма качество новизны. Слово может относиться к категории «модных» в рамках своей частотности и ощущения новизны говорящими.

В современной лексикографии существуют отдельные словари модных слов. Например, «Словарь модных слов. Языковая картина современности», объединяющий 200 словарных статей, важных для сегодняшней языковой картины мира [Новиков, 2018]. В.И. Новиков, доктор филологических наук, известный прозаик и критик, первым в отечественной культуре сформировал научно-художественное описание современной речевой моды. В словник вошли заимствования из иностранных языков, новейшие научные, экономические и политические термины, молодёжные жаргонизмы, а также

старые слова, приобретающие новые значения. Например, «лузер», «мем», «няшка», «прайвеси», «селфи», «фейк» и др. В статье включена информация о происхождении, особенностях правильного употребления и произношения слов.

Отдельным популярным изданием о «модных словах» на английском языке стал словарь «The Buzzword Dictionary» [Walston, 2006]. Лексикографический продукт содержит около 1000 фраз из различных областей (подростковый сленг, культурные наблюдения, фразы технических гиков, сфера бизнеса и т.д.).

Таким образом, в рамках данного исследования лексические единицы, относящиеся к сленгу и так называемым «модным словам» (buzzwords), могут получить статус неологизмов при условии соответствия базовым лингвистическим критериям неологичности. Их отнесение к неологизмам является не статичной классификацией, а динамической характеристикой, актуальной на том этапе языкового существования, когда данные лексемы воспринимаются носителями языка как новые и выполняют номинативную или репрезентативную функцию, соответствующую определению неологизма, данному в настоящем исследовании.

1.6. Систематизация неологизмов в английском языке

Неологизмы – это новые слова и новые выражения; они являются одним из основных элементов живого языка. Язык – это социальное явление, которое меняется с развитием общества. Среди трех составляющих языка произношение и грамматика относительно стабильны, а лексика чувствительна к социальным изменениям. Во всем мире происходят большие изменения в политической, экономической и культурной сферах. Больше всего стремительное развитие науки и техники влияет на изменение словарного состава языка. Каждый день изобретаются или вводятся неологизмы для выражения новых вещей и новых идей в обществе. Никогда еще в истории мир

не видел настолько обширного появления английских неологизмов. По оценкам специалистов, ежегодно словарный запас английского языка пополняется сотнями новых слов [Михайлова, 2017]. Таким образом, неологизмы являются очень важной частью английского языка. В данном параграфе нами была предпринята попытка проанализировать основные способы систематизации английских неологизмов.

К концу XX века словарный запас английского языка превысил 500 000 слов, не считая жаргонов. Согласно статистике The Barnhart Dictionary Companion, ежегодно в компьютерную базу данных вводится от 1 500 до 1 600 слов и значений [Wang, 1997]. Сейчас данная цифра становится еще больше, важно понимать, что не каждое слово-претендент на включение в корпус национального словаря, получает свою словарную статью.

Классификация неологизмов, на которой основывается настоящее исследование, представлена учёным Я.Ц. Фангом в своём исследовании английских неологизмов [Fang, 2021]. По Я. Фангу новые слова могут быть систематизированы в рамках четырёх стандартов:

1) Неологизмы можно классифицировать по их функциям. Большинство из них можно разгруппировать по двум направлениям: референтные (ссылочные) или экспрессивные.

(а) Референтные неологизмы — это неологизмы, созданные для заполнения пробела в определенной специальной области. Они создаются для решения коммуникативных трудностей. Например, «core dump» (очистить память компьютера), «lockdown» (режим строгих ограничений, введенных властями для предотвращения распространения вируса).

(б) Экспрессивные неологизмы — это неологизмы, созданные для введения новых форм выражения в дискурс. Например, «open collar workers» (люди, работающие на дому или удаленно), «covidiot» (сочетание слов COVID и idiot, и оно используется для описания людей, которые игнорируют меры предосторожности против коронавируса, такие как социальное дистанцирование, ношение масок и другие рекомендации здравоохранения).

2) Неологизмы можно классифицировать в зависимости от процесса их создания.

(a) Новые слова и выражения, образованные от старых слов и выражений, но с новыми значениями. Например, «killer» (прил., очень крутой, мощный), «social distancing» (означает практику поддержания физической дистанции между людьми для снижения риска передачи инфекции).

(b) Новые слова и выражения, созданные для описания новых идей и вещей. Например, «internet», «I-way» (сокращение от «information superhighway»), «maskne» (акне, вызванное постоянным ношением маски, особенно у тех, кто носит маску долгое время каждый день).

(c) Заимствованные слова и выражения. Например, «masterpiece», «Maotai», «man», «furlough» (временная приостановка работы сотрудников без увольнения, при которой они могут сохранять часть своих льгот и получать финансовую поддержку от государства).

3) Неологизмы можно классифицировать в зависимости от их образования.

(a) Неологизмы, включающие следующие структуры: производные (с префиксами и суффиксами); соединения; фразы; сокращения (с использованием инициализмов, аббревиатур, вырезок). Например, «Pekingology», «educationese», «hard science», «post-COVID» (период после выздоровления от COVID-19 или окончания пандемии).

(b) семантические неологизмы, включающие три типа процессов: расширение, сужение или изменение значения базовых форм. Например: «feedback», «window», «self-isolation» (в контексте COVID-19 стало конкретным термином, обозначающим добровольное пребывание дома для предотвращения распространения болезни, особенно после контакта с инфицированным человеком).

(c) Неологизмы, которые представляют собой истинные заимствования и заимствованные переводы. Например: «masterpiece» и «perestroika», «самоизоляция».

4) Неологизмы можно классифицировать по их источникам, то есть по сферам их происхождения:

(a) Научные слова или фразы, созданные для описания новых открытий или изобретений. Примеры: «Bluetooth», «Broadband network», «IW», и «Melatonin», «convalescent plasma therapy» («терапия реконвалесцентной плазмы», использование плазмы крови выздоровевших пациентов для лечения тяжелых случаев COVID-19).

(b) Слова или фразы, созданные для того, чтобы сделать политический или риторический вывод, иногда с учетом гипотезы Сапира-Уорфа, в основе которой лежит идея о том, что языковая структура оказывает влияние на мышление человека и способы его познания реальности мира. Другими словами, различные народы, использующие разные языки, имеют различные способы восприятия основных категорий, охватывающих окружающий мир. Пример: «Blairism», «Theoterrorism», «Humanitarian Crisis», «Jihad», «Kamikaze Attack», «Pandemic Politics» (политическая стратегия или риторика, основанная на использовании страха перед пандемией для достижения политических целей).

(c) Слова или фразы из поп-культуры, возникшие на основе материалов СМИ или используемые для описания явлений популярной культуры (их можно считать подразделом сленга). Примеры: «Baldwin» – симпатичный мужчина, например, один из актеров семьи Болдуинов; «Scooby Gang» – группа людей, напоминающая подростков из мультфильма; «Coronacation» – время, проведенное в карантине, когда люди находят способы развлечься и отдохнуть, несмотря на ограничения.

(d) Заимствованные слова или фразы из другого языка. Как правило, они используются для выражения вещей, не имеющих эквивалентного термина в языке. Примеры: «Ginseng» (китайский), «Sampram» (китайский), «Yogurt» (турецкий), «Hamsterkauf» (немецкий) – буквально переводится как «покупка хомяка», но на самом деле означает паническую закупку товаров в больших количествах. В контексте COVID-19 этот термин стал популярен для описания

массовой скупки продуктов питания, туалетной бумаги и других товаров первой необходимости.

(e) Товарные знаки часто являются неологизмами, чтобы их можно было отличить от других брендов. Если правовая охрана товарного знака утрачена, неологизм может войти в язык как родовой товарный знак. Примеры: «Kodak», «Coke», «Zipper», «Reebok», «Xerox», и «Apple writer», «Moderna Vaccine» (вакцина против COVID-19, разработанная компанией Moderna).

(f) Слова-нонсенсы, которые придумываются и используются только по определенному случаю, обычно для обозначения особого литературного факта. Например: «AtomsFear», «Paradessence», «Plaino», «Coronaspeak» (вымышленный язык, на котором общаются те, кто находится в изоляции, который может включать в себя шуточные термины и фразы, связанные с жизнью в условиях пандемии).

(g) Перевернутые слова, которые получаются в результате написания (и произношения) стандартного слова задом наперед. Пример: «redrum».

(h) Палеологизм, который якобы является неологизмом, но на деле оказывается давно используемым (пусть и малоизвестным) словом, которое употребляется с иронией.

Классификация неологизмов облегчает понимание их значений и в то же время дает четкое представление о том, как использовать их в повседневном английском языке.

Далее представляется возможным рассмотреть словообразовательные особенности неологизмов в целом, а также неологизмов ковид. Новые слова, связанные с COVID-19, отличаются своим многообразием и находят своё место в вышеуказанной классификации. Это даёт право сделать вывод о том, что эпоха COVID-19 внесла множество нововведений в английский язык и заслуживает многостороннего анализа.

1.7. Наиболее продуктивные словообразовательные модели неологизмов

По мнению Дж. Алгео, существует шесть основных словообразовательных моделей создания новых слов: соединение, заимствование, смешение, сокращение, смешение и сдвиг [Algeo, 1991]. Каждый из этих шести источников, однако, имеет ряд важных подтипов. Помимо основных шести источников, существует еще несколько типов неполной этимологии. В данном случае для упрощения автор объясняет появление новых слов тремя источниками: созданием новых слов в процессе словообразования, добавлением новых значений к уже существующим словам и заимствованием слов из иностранных языков.

Неологизмы представляют собой новые слова или выражения, которые образуются в языке. Они вносят свежий вклад в лексикон и отражают современные тенденции и потребности общества. Образование неологизмов может осуществляться различными способами, которые заслуживают более детального рассмотрения.

Первый способ образования неологизмов – это аффиксация. При использовании этого метода, часто в процессе словообразования, к уже существующим словам добавляются различные приставки и суффиксы, которые придают новые значения и смысл слову. Процессы аффиксации оказали большое влияние на развитие английского языка. В зависимости от положения в слове, аффиксация подразделяется на два подкласса: префиксация и суффиксация. Префиксация – это образование новых слов путем присоединения префиксов к началу основы, с изменением или без изменения части речи. Суффиксация – другой вид образования новых слов путем добавления суффиксов к концу основы, с изменением или без изменения части речи.

В настоящее время аффиксация – один из основных способов создания новых слов. В английском языке существует множество аффиксов, десятки из

которых активно используются в речи, например, a-, be-, bi-, co-, con, counter-, de-, dis-, en-, in-, inter-, mis-, mufti-, non-, re-, un-, under-, а также -er, -ability, -able, -cal, -acity, -al, -ism, -dom, -ee, -ed, -en, -ible и так далее. Помимо вышеуказанных традиционных аффиксов, постоянно образуются новые, например, cyber-, eco-, e-, -gate, -nik, -vine, fest, -meister.

Приведем в пример приставку cyber-. С появлением компьютеров во всех сферах жизни появились такие слова, как «cyberspace», «cyber-romance» и «cybersex». «Cyberspace» – это виртуальная реальность или воображаемое место, куда попадают электронные данные. По аналогии с определением киберпространства можно определить значение и других новых слов как «cybersurfer», «cyberterrorism», «cyberwill», «cyberchat», «cyberbabble», «cyberacquaintance», «cybercop», «cybercritic», «cybersoap» и «cybersale».

Среди неологизмов COVID-19 можно найти многообразие примеров новых слов, образованных путём добавления приставок или суффиксов к уже существующему слову, например: «unmasked» (без маски, незащищенный), «undistanced» (близкий контакт, отсутствие соблюдения социальной дистанции), «pre-pandemic» (период до начала пандемии), «anti-masker» (человек, выступающий против ношения масок), «anti-vaxxer» (человек, выступающий против вакцинации), «maskless» (без маски, беззащитный), «quarantini» (коктейль, приготовленный и выпиваемый во время карантина), «coronaviral» (связанный с коронавирусом, характеризующийся наличием коронавируса), «pandemicity» (характеристика пандемии, пандемичность).

Второй способ формирования неологизмов – сокращение. Данное явление происходит, когда часть оригинального слова выпадает. В современную эпоху люди стремятся соблюдать экономию используемых средств на письме и в речи, что является следствием ускоряющегося темпа жизни. Например, «mobile» (automobile), «Net» (Internet), «bot» (robot), «app» (application program), «cell» (cellphone) и «expo» (exposition).

В контексте COVID-19 также появилось много сокращений, которые вошли в обиход: «Rona» (Coronavirus), «Iso» (isolation).

Третий метод формирования неологизмов – слияние или контаминация. Данный способ заключается в объединении двух или более уже существующих слов, чтобы образовать новое слово со своим уникальным значением. К слиянию также можно отнести слова, образованные путем соединения двух или более форм, но с опущением последней части одной из них. Например, «cobot» (кооперативный робот), «smist» (smoke + mist), «digiverse» (digital + universe) и т.д. В прошлом такие слияния считались юмористическими. Со временем неологизмы, образованные путем слияния, вошли в письменный оборот газет и журналов и в большинстве случаев утратили юмористическую коннотацию. Например, «Interpol» (international police), «autoindustry» (automobile industry), «infowar» (informational + war), «Siliwood» (silicone + Hollywood). Такой способ словообразования также широко используются в науке и технике. Например, «biorhythm» (biological + rhythm), «lidar» (light + radar), и «pragmatic» (programme + automatic).

В контексте COVID-19 также появилось немало таких неологизмов. Вот несколько примеров: «Blursday» (blur (размытый) + Thursday (четверг)) – чувство утраты ощущения времени, когда дни недели сливаются в один, особенно во время карантина. «Doomscrolling» (doom (гибель) + scrolling (прокрутка)) – скроллинг новостей и социальных сетей, концентрируясь на негативных сообщениях, что приводит к чувству тревоги и беспокойства. «Infodemic» (info(rmation) + (epi)demic) – избыточное количество информации, особенно недостоверной, связанной с пандемией COVID-19. «Coronacoaster» (Corona(virus) + rollercoaster (американские горки)) – эмоциональные взлеты и падения, связанные с пандемией и её воздействием на жизнь людей. «Quarantweenies» (quarantine (карантин) + tweens (подростки)) – подростки, переживающие подростковый возраст в условиях карантина. «Covidial» (COVID + social (общественный)) – социальные взаимодействия и мероприятия, организованные с соблюдением правил, направленных на минимизацию рисков заражения COVID-19.

Четвертый способ формирования неологизмов заключается в использовании аббревиатур и акронимов. Этот метод основан на комбинировании начальных букв или сокращений слов для образования новых слов. Аббревиация – это процесс образования новых слов путем соединения начальных букв разных слов. Слова, образованные таким образом, называются инициализмами или акронимами, в зависимости от произношения слов.

Инициализмы – это слова, образованные из начальных букв слов и произносимые побуквенно. Буквы могут представлять собой целые слова, например: «BBS» (bulletin board system), «DVD» (digital videodisc), «PWA» (person with AIDS).

Акронимы – это слова, образованные из начальных букв слов и произносимые как слова, например «CEPA» (Closer Economic Partnership Agreement), «SARS» (severe acute respiratory syndrome), «DEWK» (dual employed, with kids). Буквы могут обозначать все составляющие слова или только его часть, например «APEC» (Asian Pacific Economic Cooperation Forum).

В контексте COVID-19 можно выявить инициализмы: «PCR Test» (Polymerase Chain Reaction Test), «PPE» (Personal Protective Equipment), «CDC» (Centers for Disease Control and Prevention). А также аббревиатуры: «FAST» (Facial Automated Screening Technology), «HERD» (Herd Immunity), «MERS» (Middle East Respiratory Syndrome), «WFH» (Working From Home).

Пятый способ образования неологизмов – словосложение. Данное явление было источником новых слов в английском языке с древнейших времен и до сих пор является продуктивным способом образования неологизмов в современном английском языке. Английские соединения пишутся тремя способами: через дефис, слитно или через пробел. Например, «easy-listening», «superhighway», «emotional quotient». Английские словосложения могут состоять более чем из двух лексических единиц, например, «electronic whiteboard», «direct to-consumer», «golden handcuffs», «stay-at-home», «cold dark matter» и «back to-the basics».

Метод словосложения остается актуальным для создания неологизмов, особенно в контексте COVID-19. Например: «stay-at-home order», «work-from-home policy», «coronapocalypse» (coronavirus + apocalypse), «covidiot» (covid + idiot).

Шестой способ формирования неологизмов заключается в использовании иноязычных слов и выражений, что называется заимствованием. Часто в современном обществе, особенно в сфере технологий, слова из других языков адаптируются и вводятся в лексикон для выражения новых и уникальных понятий. Например, слово «perestroika» имеет источником происхождения русское слово «перестройка» и не имеет аналогов в английском языке.

Среди неологизмов COVID-19 заимствования из других языков также отражены в словах «hamsterkauf» (немецкий), «Cordon Sanitaire» (французский).

Седьмым и последним способом формирования неологизмов является добавление нового значения уже существующим словам. Зачастую дополнительные оттенки значения приобретаются в результате расширения технических знаний или изменения точки зрения, вызванного научными или социологическими причинами. Около 15 процентов неологизмов – это слова с новыми значениями, что является прямым результатом развития языка.

В последнее время такое слово как «spin» приобретает новое политическое значение, а вокабулам «web» и «dot» находится новое применение в контексте компьютерной лексики.

В контексте COVID-19 некоторые старые слова получили новые значения. Вот несколько примеров: «face mask» – традиционно маска для лица, используемая в медицине или для защиты от пыли и загрязнений; в контексте пандемии это средство защиты дыхательных путей от COVID-19, обязательное в общественных местах. «Second wave» – традиционно вторая волна какого-либо процесса, например, волна популярности или интереса к чему-то.

«Second wave» в новом значении – повторное повышение числа случаев COVID-19 после спада.

Количество неологизмов в английском языке возрастает по мере развития новых технологий, а также на фоне глобальных общественно-политических событий. Английский язык постоянно обновляется, заимствуя, создавая и комбинируя слова, чтобы выразить новые идеи и новые достижения, и этот процесс никогда не был столь очевиден, как в XX веке и далее. Социальные и технологические изменения, политические и экономические события, новые способы работы, досуг и спорт, мода и популярная музыка, медицина, психология, экология и новые виды преступлений – все это способствует появлению новых слов для выражения новых реалий.

Словообразовательные модели COVID-19 (хотя и не являются основной целью данного исследования) отличаются своим многообразием и вариативностью. Приведённые нами примеры неологизмов эпохи COVID-19 являются отдельной сферой лексики, которая будет рассмотрена нами далее.

1.8. Неологизмы COVID-19

Внезапная вспышка новой коронавирусной инфекции COVID-19 привела к угрозе здоровью и жизни людей по всему миру. В конце 2019, когда в городе Ухань (Китай) был зарегистрирован первый случай заражения данным вирусом, никто в обществе не мог представить, что 2020 и 2021 годы станут вызовом для населения планеты.

Языковые инновации, вызванные социальными и политическими событиями, характерны для любого времени, особенно во время войн, стихийных бедствий и так далее. Однако в случае с новыми словами, появившимися на фоне быстрого распространения COVID-19, заметна их отличительная особенность – стремительное глобальное распространение. В контексте преодоления трудностей пандемии COVID-19 мировое сообщество

оценивает как негативные, так и позитивные последствия пандемии в сферах политики, экономики и социальной жизни, которые привели к изменениям в жизни людей. В частности, пандемия повлияла на изменение моделей коммуникации и появление новых лексем, связанных с COVID-19.

Основой для создания неологизмов, вошедших в повседневное общение, послужила медицинская терминология. Эта лексика распространялась средствами массовой информации, прежде всего общественно-политическим дискурсом, связанным с пандемией.

Стоит отметить несколько факторов появления новой лексики COVID-19, основанных на социальной стратификационной структуре того времени: общественно-политическое влияние (СМИ, политические связи и государственная поддержка граждан разных стран в период пандемии, политическая пропаганда борьбы с коронавирусом и др.); формирование нескольких социальных групп людей, так или иначе связанных с вирусом; влияние заимствования неологизмов из английского языка; сленг, возникающий в определенный период и связанный с конкретной проблемой.

Несмотря на то, что Китай считается очагом пандемии, наибольшее количество неологизмов, семантически связанных с COVID-19, обнаруживаются в лексике английского языка. Он является источником примерно 80-85% новой лексики не только в англоязычных странах, но и в странах, широко использующих английский язык или заимствующих неологизмы из английского языка. Термины, которые использовались в XIX веке, перешли в современное употребление из английского языка, особенно в связи с недавними эпидемиями и кризисами. Появились новые слова, аббревиатуры, акронимы и фразы. За последние три десятилетия развитие технологий и интернет-коммуникаций произвело значительную революцию в системе английского языка. Кроме того, с развитием социальных и естественных наук в таких областях, как телевидение, медицина и научные исследования, политика, радио и Интернет, английский язык заимствует из других языков слова для обозначения новых понятий или различных

абстрактных явлений. В контексте современности произошел переломный момент, и теперь английский язык диктует основные тенденции в образовании неологизмов. Прежде всего, в настоящее время, с развитием различных изобретений и инноваций, в английском языке появилось значительное количество новых слов по теме коронавируса. Эти новые слова связаны с эпидемией COVID-19 и получили широкое распространение по всему миру.

В современном обществе средства массовой информации играют важную роль в распространении информации. Во время пандемии наблюдалась тенденция к политизации СМИ. Обращение глав государств к гражданам в трудную минуту, публичные дискуссии политиков разных стран о борьбе с коронавирусом, заявления министров здравоохранения о принятых мерах, интервью с дипломированными врачами, сотрудничество государств во время пандемии могут стать не только сенсацией в руках журналистов, но и ярким примером работы источников, распространяющих новые медицинские термины среди широких масс населения. Эти термины вводятся и модифицируются, что приводит к появлению отдельной группы неологизмов.

Не менее важны и социальные предупреждения, призванные рассказать об опасности вируса и оказать психологическую поддержку в период карантина. Кроме того, социальную рекламу можно считать основным источником распространения медицинских терминов. Сегодня широко используются термины «pandemic», «acute respiratory disease», «vaccination», «PCR tests», «observation» и т.д.

Неологизмы, связанные с COVID-19, получили наиболее широкое распространение в повседневной лексике в связи с изменением сфер общения во время пандемии, что подразумевало появление таких средств коммуникации, которые бы отвечали новой структуре межличностных контактов.

Общественно-политический дискурс предполагает определенную тенденцию к взаимодействию социальных слоев друг с другом, что приводит к формированию новых вербальных средств. Чтобы запустить процессы

развития и адаптации лексики, обществу необходим некий внешний стимул. Глобальным стимулом в виде социальных потрясений стал период с 2019 по 2022 год.

Согласно систематизированному эмпирическому материалу, представляется возможным выделить следующие группы неологизмов, связанных с пандемией:

1. Лексемы, характеризующие сферу политики.
2. Лексемы, характеризующие новые условия жизни.
3. Лексемы, характеризующие поведение и позиции людей во время пандемии.
4. Лексемы, описывающие ложную информацию о коронавирусном заболевании.

Каждая из представленных групп содержит свое количество неологизмов COVID-19, которые характеризуются различными коннотациями, функциями, семантикой и областью применения. Основным критерием разграничения данных категорий является предмет и сфера их использования (политический и социальный дискурс, сфера медицинской коммуникации и т.д.).

Все неологизмы, указанные в данной работе, отбирались нами вручную с помощью публикаций в англоязычных средствах массовой информации, авторитетных словарей английского языка, а также корпусов текстов. Работа велась с 2019 года, когда первыми источниками информации были СМИ и публикации в социальных сетях. Полный список собранных нами неологизмов указан в Приложении 1 данной работы.

Следует отметить, что многие слова были созданы на основе словообразовательных моделей — это новые, но целостные лексические единицы, однако существуют и неологизмы, к которым относятся метафорические словосочетания.

1.8.1 Неологизмы COVID-19 сферы политики

Лексика политического дискурса описывает политическую элиту или определенные политические явления во время пандемии. Это относится не только к политикам, которые поддерживают борьбу с коронавирусом, но и к медицинскому персоналу, который непосредственно участвует в борьбе с COVID-19. Именно эти две социальные категории стали лидерами в использовании и образовании данных неологизмов.

К первой группе лексем относятся такие слова, как «diplocovimacy», «coronavirus harassment», «coronomics, covexit», «corona warriors», «Covid-19 committee». Они были созданы СМИ и политиками для описания происходящего вокруг указанной темы. Некоторые из них могут иметь саркастический или негативный оттенок. Рассмотрим каждое из них более подробно, описав семантику, функции и примеры употребления в процессе общения.

«Diplocovimacy» (дипломатия ковида) – это тип политики, сформировавшийся во время пандемии. Данная политика основана на важности борьбы с COVID-19 как приоритетного вопроса. При этом делается акцент на том, что другие социальные проблемы (борьба за гражданские права, проблема дискриминации, расизма и т. д.) меркнут на фоне своей незначительности. Например, «During the pandemic, the authorities of our country stick to diplocovimacy, but forget the importance of addressing issues of minority rights» [URL: <https://www.urbandictionary.com/>].

«Coronavirus harassment/corohara» (преследование людей, инфицированных коронавирусом) – социальное явление в виде дискриминации людей, перенесших COVID-19 и вернувшихся домой из больницы; издевательства над людьми, кашляющими на публике. Этот неологизм также можно соотнести с конкретным проявлением расизма по отношению к азиатам, который усилился во время пандемии, поскольку эти люди ассоциируются с Китаем как источником заболевания. Например, «Why

did you stop communicating with Xiao Wan? It's very uncivil of you to show corohara at such a difficult time!» [URL: <https://www.bbc.com>]. По своей семантике эта фраза, очевидно, имеет прямое, не переосмысленное значение, поскольку значение лексемы «harassment» может включать в себя инсинуации, запугивание, распространение слухов или ложной информации, а также демонстрацию оскорбительных жестов или изображений.

«Coronomics» – это позиция отрицания пандемии коронавируса, когда экономический статус человека ставится выше здоровья или сохранения жизни. Например, «Coronomics dictate that we sacrifice untold lives for the propping up the economy» [URL: <https://www.urbandictionary.com/>].

«Corona warriors» (люди, борющиеся с вирусом) – метафорическое выражение, используемое для обозначения медицинских работников или профессионалов, которые работают над борьбой и преодолением пандемии коронавируса. Например, «These certified doctors have already saved the lives of many people with coronavirus, so we can call them corona warriors» [URL: <https://www.opengrowth.com/>].

«The COVID-19 committee» – это комитет сертифицированных врачей и сотрудников, участвующих в борьбе с коронавирусом и выступающих за справедливый и всеобщий доступ к вакцинам. Например, «The Covid-19 committee was formed to spread the information about the importance of vaccination» [URL: <https://www.uptodate.com/>]. С помощью этого неологизма определенную группу людей называют комитетом, хотя на самом деле они таковыми не являются.

1.8.2. Неологизмы и лексемы, характеризующие новые условия жизни

Неологизмы, характеризующие новые условия жизни, основаны на социальном дискурсе и мнении граждан о той коронавирусной реальности, с которой им пришлось столкнуться. Эти слова дают представление о семантике

новых понятий, возникших в период COVID-19 в результате жизни и общения людей в условиях пандемии.

К данной группе неологизмов относятся такие слова, как «covid-19 effect», «covismart», «covidsation», «covidexcuses», «quarantime», «corona time», «coronapanic», «pandemishegoss», «covid-grade», «coronacation», «coronapocalypse», «coronageddon», «coronaverse», «covidivorse», «covidadees», «lockdowner», «masculinity», «covid-38». Они близки к разговорной речи и сленгу, что говорит об их главной роли – преодолении пандемии и негативных настроений в обществе. Рассмотрим их подробнее.

«COVID-19 effect» – это название вспышки пандемии, содержащее семантику описания большинства людей, которые не понимают важности и сложности обстоятельств и не придерживаются правил самоизоляции и карантина. Например, «Many people do not want to adhere to the rules of self-isolation, moreover, they claim that the pandemic will end soon – this is the so-called Covid-19 effect» [URL: <https://www.urbandictionary.com/>].

«Covismart» (бережное отношение) – это концепция соблюдения всех правил общественного здравоохранения и социальной дистанцированности для предотвращения распространения вируса. Например, «In these covid-19 times, we all need to be covismart by maintaining a good hygiene and observing social distancing» [Там же].

«Covidsation» (разговор о ковиде, ковидная этика) – это разговор, который начинается с обсуждения пандемии Covid-19. Это особое правило этикета, которое было изменено или дополнено в связи с изменением ситуации: раньше люди начинали разговор с обсуждения погоды или личной жизни, а сегодня он начинается с обсуждения COVID-19. Например, «I ran into an old acquaintance unexpectedly yesterday, but didn't find out anything interesting about her life because we had a covidsation» [Там же].

«Covid excuse» – это концепция поведения человека, когда он пытается оправдать свои действия или защитить себя, используя пандемию

коронавируса в качестве оправдания. Например, «I'm sick of hearing your covid excuses because it doesn't make any sense!» [Там же].

«Quarantime» (период карантина) или «coronatime» (период эпидемии) описывают времяпрепровождение в условиях карантина и самоизоляции. Например, «I don't even remember what day of the week it is. It's a real quarantime» [Там же]. Гораздо чаще используется словосочетание corona time, которое обозначает не только время карантина, но и характеризует так называемую «эру коронавируса».

«Coronapanic» (паника, связанная с ковидом) определяется в Urban Dictionary как состояние души во время пандемии, когда люди узнают шокирующие новости о распространении вируса по миру, количестве заболевших и условиях карантина, введенных властями каждой страны. Например, «We should not spread this coronapanic fear among the people, otherwise false fears will arise among the people» [Там же].

«Pandemishegoss» – это концепция безумия или беспорядка, которые происходят в обществе во время пандемии коронавируса. Например, «Oh, this coronavirus! Such a pandemishegoss!» [Там же].

«Covid-grade» описывает ситуацию, когда группа студентов находится на карантине и переходит на дистанционное обучение из-за того, что один из них заразился вирусом. Например, «Now we have to stay at home because we have a covid-grade» [Там же].

«Coronacation» описывает ситуацию, когда человек находится в изоляции и болеет, а также работает удаленно (или нет), но при этом получает зарплату. Например, «I really love this coronacation, even though my head hurts every day and my temperature doesn't go down» [Там же].

«Coronapocalypse» – это позиция и мнение некоторых людей о том, что COVID-19 –это начало апокалипсиса, который может привести к вымиранию человечества. Например, «My mother does not believe that the coronavirus situation will improve. She has read somewhere about the concept of the coronapocalypse and she believes in it» [Там же].

«Coronageddon» – термин, описывающий неизбежный конец человечества с массовым социальным, финансовым или политическим опустошением из-за глобальной истерии и паники, вызванной пандемией коронавируса. Например, «Have you heard the latest news? Coronageddon is about to destroy us!» [Там же].

«Coronaverse» – это понятие, объединяющее человечество или международное общество в контексте пандемии COVID-19. Например, «The attitude towards the world in our Coronaverse will no longer be the same» [Там же].

«Covidivorse» (развод в период COVID-19) – слово, означающее конфликты между супружескими парами во время пандемии и карантина, когда они проводят слишком много времени вместе, что приводит к враждебности, разногласиям и спорам. Например, «I didn't even know that Steve would watch movies every day and not help me with cleaning! It's his own fault because that's what led to our Covidivorse» [Там же].

«Covidadees» – это депрессия, отсутствие мотивации или страх одиночества во время пандемии COVID-19 и изоляции. Например, «She may have a case of the covidadees» [Там же].

«Lockdowner» (период локдауна) – это период карантина и самоизоляции, когда человек теряет мотивацию и впадает в депрессию из-за невозможности общаться с внешним миром. Например, «What a setback! Our company received a four-month lockdowner due to 10 people falling ill on the COVID-19» [Там же].

«Maskulinity» – это поведение людей, которые носят маски во время карантина. Например, «The people who would not wear masks during the Covid-19 pandemic showed no signs of masculinity» [Там же].

«Covid-38» - термин, описывающий феномен, когда человек заболевает COVID-19 во второй раз. В этом случае 19 удваивается и тем самым подчеркивается, что болезнь вернулась. Например, «I am in hospital again with a bad cough and fever. This is already Covid-38 for this year» [Там же].

«Quarantime» и «corona time» оказались наиболее принятыми обществом. Они встречаются в социальных сетях и СМИ чаще, чем другие неологизмы.

Данные неологизмы отражают реакцию общества на новую реальность, созданную пандемией. Такие слова помогают определить новые понятия и явления, возникшие в результате жизни и общения людей в условиях пандемии. Указанные слова могут использоваться в разных контекстах, однако можно заметить, что разговорный стиль и элементы сленга преобладают в приведённых примерах.

1.8.3. Неологизмы, выражающие позицию граждан

Неологизмы, относящиеся к этой группе, характеризуют людей, которые в той или иной степени пострадали от пандемии COVID-19. К ним относятся больные люди; жертвы пандемии (люди, подвергшиеся воздействию вируса и подвергшиеся дискриминации); люди, имеющие собственное мнение о пандемии; поведение некоторых людей в период COVID-19.

В эту группу входят: «covidchondriac», «coronaed», «coronic», «antibuddy», «coronafag», «covirt spreader», «covidient», «covidiot», «coronaskeptics», «coronadissident», «coronagrass».

«Covidchondriac» (ковид-ипохондрик) – это человек, который ненормально переживает из-за того, что у него положительный результат на COVID-19. Например, «Diana became a real covidchondriac after finding out she tested positive! She’s always complaining that she’s going to die» [URL: <https://www.urbandictionary.com/>].

«Coronaed» и «coronic» имеют схожие значения. Они описывают людей, заразившихся COVID-19.

«Coronic» используется как существительное. Например, «Is Karen coming in today? Unfortunately, not—she’s coronic, I think she got coroned last week on the way to work» [Там же].

«Coronaed» чаще всего используется в значении «заразиться». Например, «Vicky can't come to work because she got coronaed» [Там же].

«Antibuddy» (друг с антителами; группа людей с антителами) может использоваться как характеристика одного человека, у которого есть иммунитет к COVID-19, или группы людей (друзей), которые подверглись воздействию вируса и теперь могут проводить время вместе. Например, «Why are these three together all the time and shy away from communicating with others? Surely they are antibuddy» [Там же].

«Coronafag» – это человек, который пытается распространить ложную информацию о том, что коронавирус – самая страшная болезнь в мире, от которой может умереть каждый зараженный человек. Например, «Many representatives of large companies are becoming coronafags, although we can see an improving trend in the pandemic situation» [Там же].

«Covirt spreader» (человек, распространяющий COVID-19) – это носитель заболевания, у которого нет симптомов, но который может заразить других людей. Например, «His parents, wife and children fell ill on the Covid-19 and he thought he was healthy and immune, but unfortunately, the test showed that he was covirt spreader meaning he was a passive carrier of the virus» [Там же].

«Covidient» и «covidiot» – антонимы.

«Covidient» – это человек, который серьезно относится к правилам борьбы с пандемией, придерживается социальной дистанционности и самоизоляции, носит маску и т. д. Например, «My mother is a real covidient. She washes her hands every 15 minutes and wears a mask even in the flat» [Там же].

«Covidiot» – это человек, который игнорирует все правила борьбы с пандемией, а также пренебрегает предупреждениями, касающимися здоровья и безопасности населения. «Covidiot» также используется для описания человека, который слишком иррационален или панически настроен. Например, такой человек покупает много продуктов или туалетной бумаги, как в день Страшного суда, или отказывается общаться с людьми. Например, «Gerry's behaviour really worries me, he's acting like a covidiot» [Там же].

«Coronasceptic» – это человек, который сомневается в правдивости информации о распространении или опасности вируса COVID-19; такой человек скептически относится к любым предупреждениям и правилам борьбы с COVID-19. Например, «Our boss is showing all the symptoms of a coronasceptic. Also, he doesn't want to close the office for quarantine» [Там же].

«Coronadissident» – это человек, который полностью не согласен с общепринятой информацией о COVID-19. Например, «We will not support the positions of the corona dissidents. Their ideas seem very unrealistic» [Там же].

«Coronagrass» – это человек, который сообщает властям о том, что кто-то нарушает правила карантина и изоляции. Например, «These coronagrasses keep us from going out to buy groceries in peace» [Там же].

Вышеуказанные примеры неологизмов, связанных с COVID-19, показывают отражение различных аспектов жизни во время пандемии. Новые слова являются реакцией на новые социальные явления, такие как социальное дистанцирование, ношение масок, самоизоляция и другие меры предосторожности. Английский язык способен быстро адаптироваться к новым реалиям, образуя новые термины для описания изменяющегося мира.

Таким образом, неологизмы COVID-19 представляют собой интересное поле для изучения того, как язык реагирует на кризисные ситуации и как он помогает нам понять общественные процессы и настроения.

1.8.4. Новые слова, отражающие ложную информацию о коронавирусе

Лексемы и неологизмы этой группы возникли в результате распространения в СМИ ложной информации о пандемии COVID-19. Таким образом, они были созданы, чтобы положить конец фальшивым новостям в СМИ.

К этой группе относятся «infodemic», «coronawashing», «twindemic», «covid-(19 + X)», «coronaspiracy theory», «Covid-9999».

«Infodemic» (информация о пандемии) – это неологизм, который чаще всего используется для описания дезинформации, распространяемой через социальные сети, или, скорее, переизбытка определенной информации. Например, «I am so sick and tired of this infodemic social media about the coronavirus» [URL: <https://www.urbandictionary.com/>].

«Coronawashing» (промывание мозгов) описывает ситуацию, когда производители представляют свой давно известный продукт и рекламируют его как лекарство от коронавируса. Например, «Have you seen the commercials for this product? It's been on the market for five years and now they're talking about its miraculous properties against the coronavirus. Here's an example of Coronawashing» [Там же].

«Covid-(19 + X)» – еще один вирус, способный уничтожить человечество через X лет, который вычисляют астрологи, нумерологи и эпидемиологи. Например, «This study presents the characteristics of a new Covid-(19 + X) that could affect humanity in a hundred years' time» [Там же].

«Coronaspiracy» – это ложная теория заговора, основанная на обвинениях одного человека, страны или определенных технологий в коронавирусном кризисе. Например, «Bill Gates is now the leading target of coronaspiracy theories» [Там же].

«Covid-9999» – это метафорическое искажение термина COVID-19, передающее идею о том, что пандемия никогда не закончится, а превратится в «Covid-9999». Например, «The COVID-19 pandemic will never go away because it turned into the COVID-9999 pandemic» [Там же].

Данная группа неологизмов наглядно показывает, что некоторые слова могут возникать в ответ на распространение ложной информации о пандемии в СМИ. Они создаются с целью борьбы с фальшивыми новостями и дезинформацией, также отражают различные аспекты реакции общества на пандемию.

1.9. Словообразовательные модели неологизмов COVID-19

В данном параграфе описаны семь словообразовательных моделей, которые чаще всего использовались для создания неологизмов и лексем, связанных с COVID-19.

Заимствование – это метод или процесс ассимиляции слов из языка-донора другими языками. В данном контексте языком-донором является английский язык, и большинство неологизмов, семантически связанных с COVID-19, заимствованы из него, поскольку английский является языком международного общения. Таким образом, большинство проанализированных неологизмов заимствованы из других языков и могут использоваться в тех же смыслах и контекстах. Это говорит об универсальности данной группы лексики.

Создание неологизмов – это процесс формирования нового слова или выражения, которое выступает как совершенно новая лексическая единица и не подчиняется правилам словообразовательных моделей. Например, «COVID» (corona + virus + disease); «nCoV» (NovelCoronavirus).

Словосложение – это соединение двух или более слов в одно слово, в результате чего образуется новая единица. Например, «corohara» (coronavirus + harassment), «covidexcuses» (covid + excuses), «coronapanic» (corona + panic), «coronafag» (corona + fag), «coronasceptic» (corona + sceptic), «coronagrass» (corona + grass), «coronawashing» (corona + washing).

Блендинг – это способ словообразования, который наиболее часто встречается в лексике английского языка среди неологических единиц COVID-19 [Самигуллина, 2021]. Этот способ характеризуется слиянием двух слов для получения новой единицы. Традиционно это смешение, которое предполагает слияние двух слов и наложение их друг на друга. Например, «covidisation» (covid + conversation), «coronacation» (corona + vacation), «quaranteens» (quarantine + teens), «quarantime» (quarantine + time), «coronageddon» (corona +

Armageddon), «coronaverse» (corona + Universe), «twindemic» (twin + epidemic), «infodemic» (information + epidemic), «coronopticon» (corona + panopticon).

Еще один интересный пример блендинга – слово «diplocovimacy» (diplomacy + covid); единица «covid» помещается в середину слова «diplomacy», тем самым нарушая его целостность, но сохраняя две части: diplo + covi + macy.

Слово «masculinity» также является примером блендинга; в этом случае меняется одна буква, но произношение слова не меняется, а семантика лексемы понимается в контексте или на письме: «masculinity» (mask + masculinity).

Блендинг можно сравнить с методом скрещивания двух слов, который также предполагает удаление окончания первого слова. Например, «coronomics» (corona + economics), «covexit» (covid + exit), «covismart» (covid + smart). Это также может быть смешение: «covidiot» (covid + idiot), «covidivorse» (covid + divorce), «coronapocalypse» (corona + apocalypse), «coroneologism» (corona + neologism), «quaranzine» (quarantine + magazine).

Усечение – это модель словообразования, основанная на принципе укорачивания слова или одного из его сегментов. Примером неологизма COVID-19, созданного на основе усечения, является гона: «coronavirus» - «corona» - «rona» («rony»). Чаще всего слово «гона» используется в вербальной коммуникации.

Аббревиация – это единица, созданная путем объединения первых букв других семантически связанных слов. Например, «BCAC» (Before Corona After Corona), «PPE» (Personal Protection Equipment), «WHO» (World Health Organization).

Формирование лексем COVID с помощью чисел. Этот метод стал одним из самых актуальных в контексте пандемии, поскольку термин COVID-19 представляет собой новое слово, содержащее число 19 в качестве идентификатора года, в котором началось развитие болезни. Примеры также

включают «COVID-38», «COVID-(19 + X)», «COVID-9999» и первый медицинский термин болезни «2019-nCoV».

Новая лексика коронавируса охватывает семантику широкого спектра социальных проблем, возникающих во время пандемии, или преувеличение и метафорический контекст существующих проблем.

Исходя из примеров словообразовательных моделей, можно сделать вывод, что наибольшее количество неологизмов в языках составляют единицы, связанные с COVID-19 и созданные путем смешения и словосложения.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

Проведенный анализ в первой главе диссертации позволил сформировать следующие выводы, закладывающие основу для дальнейшего исследования неологизмов, возникших в период пандемии COVID-19.

Неология, являясь сравнительно молодой и активно развивающейся областью лингвистики, играет ключевую роль в изучении языковых изменений. «Неологический бум», наблюдаемый в последние десятилетия, обусловлен развитием технологий, социально-культурными трансформациями и всеобщей цифровизацией, что подчеркивает важность постоянного анализа новых слов и выражений.

Неология имеет ярко выраженный междисциплинарный характер, она тесно связана с другими науками, такими как социолингвистика, психолингвистика, антропология, история науки и техники, философия и информатика. Это подчеркивает роль неологизмов в отражении социальных, культурных, технологических и когнитивных изменений.

Неологизм – сложный и многоаспектный феномен. Определение неологизма является дискуссионным вопросом в лингвистике, что обусловлено многообразием подходов к его изучению (стилистический, лексикографический, денотативный, структурный, психолингвистический). Отсутствие единого определения подчеркивает сложность и многогранность данного языкового явления. В настоящем исследовании неологизм понимается как лексическая единица, которая недавно появилась в языковой системе и обозначает новое явление, понятие или реальность.

Рост числа окказионализмов и неологизмов в интернет-среде не только отражает динамику современного языка, но и является частью более широкого культурного и социального ответа на вызовы VUCA-мира, где язык становится важным инструментом преодоления нестабильности и неоднозначности.

В современном английском языке неологизмы всё чаще возникают как продукт коллективного и индивидуального словотворчества, что обусловлено активным развитием социальных сетей, интернета и онлайн-коммуникации.

Новые слова возникают в результате заимствований, словообразовательных процессов (аффиксация, сокращение, контаминация, аббревиация, словосложение), а также семантических изменений уже существующих слов. Изучение этих механизмов позволяет понять, как язык адаптируется к новым реалиям.

Первые словари неологизмов сыграли важную роль в фиксации и систематизации новых слов, что показывает значимость лексикографического аспекта в исследовании неологии. Лексикографирование неологизмов позволяет отслеживать изменения в лексическом составе языка и является необходимым этапом для включения новых слов в общеупотребительный словарный запас.

Психолингвистика подчеркивает важность индивидуального восприятия новых слов. «Ощущение новизны» является субъективным критерием, который зависит от личного опыта носителя языка, что также является важным фактором для понимания процесса восприятия и усвоения новых слов.

Жизненный цикл неологизма включает этапы появления, развития, пика употребления и закрепления в словарях. Этот процесс подчеркивает динамичную природу языка и его способность к самообновлению. Сленг и buzzwords, как примеры временных явлений, также могут рассматриваться как неологизмы в определенном контексте.

Пандемия COVID-19 послужила мощным катализатором для появления большого количества новых слов, связанных с политикой, экономикой, культурой, технологиями и медициной. Лексика COVID-19 отражает как негативные, так и позитивные аспекты этого периода, демонстрируя адаптивные возможности языка.

Неологизмы COVID-19 представляют собой разнообразные по семантике и структуре лексические единицы, которые можно разделить на

несколько групп: политические, описывающие новые условия жизни, выражающие позиции людей и отражающие ложную информацию. Это разнообразие позволяет проанализировать различные аспекты влияния пандемии на общество и язык.

Словообразовательные модели неологизмов COVID-19: В процессе образования неологизмов COVID-19 активно используются заимствование, словосложение, блендинг, усечение и аббревиация. Выбор той или иной модели зависит от конкретной ситуации и коммуникативных потребностей.

В целом, первая глава закладывает теоретическую основу для дальнейшего анализа неологизмов COVID-19, подчеркивая важность и многоаспектность неологии как науки, а также уникальность и значимость лингвистических изменений, произошедших в период пандемии. Дальнейшие главы будут посвящены более детальному изучению неологизмов и особенностей их употребления в контексте COVID-19.

ГЛАВА II. ТРАДИЦИИ ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКОЙ ФИКСАЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ COVID-19 В XXI ВЕКЕ

2.1. Лексикография как наука: трансформация парадигмы

«Лексикография» происходит из греческих слов «lexikos», что означает слово, словарный, и «grapho», что означает «писать». Таким образом, лексикография означает «писать слова» или «писать словарь». В современном языкознании лексикография — это часть языкознания, которая изучает теорию и практику составления словарей, главным образом языковых, лингвистических, в отличие от энциклопедических и неязыковых [Big Encyclopaedic Dictionary, 1998: 258]. Словарь — это определенным образом организованное собрание слов с комментариями, которые описывают структуру и функции слов.

Научный термин «лексикография» стал широко использоваться относительно недавно. Например, в энциклопедическом словаре Ф.А. Брокгауза и И.А. Эфрона (1907) [Брокгауз, Эфрон, 1907] нет раздела, посвященного слову «лексикография», но есть раздел, посвященный слову «лексикология». Тем не менее, важно отметить, что в статье «Словарь» этого же справочника есть слово «лексикография», которое используется как синоним термина «словарная техника».

«Лексикография» — это термин, определенный как «научные способы обработки словесного материала языка для составления лексикона» в энциклопедическом словаре братьев А. и И. Гранат (1910) [Энциклопедический словарь т-ва «Бр. А. и И. Гранат и К^о», 1910]. В данном определении особое внимание уделяется «научным методам обработки».

В первом издании «Большой советской энциклопедии» (1926) [Большая советская энциклопедия, 1926: 36] слово «лексикография» описывается как «работа по составлению словарей». «Лексикография» имеет два определения во втором издании БСЭ: «составление словарей, словарное дело» и «раздел

языкознания, который разрабатывает вопросы теории составления словарей, опираясь на лексикологию» [Большая Советская Энциклопедия, 1950-1957]. Кроме того, только в третьем издании БСЭ слово «лексикография» определено достаточно современным образом: «Раздел языкознания, занимающийся теорией и практикой составления словарей» [Большая советская энциклопедия, 1969-1978]. Как уже говорилось, в Лингвистическом энциклопедическом словаре и Энциклопедии русского языка признано, что лексикография является разделом языкознания, который занимается теорией и практикой составления словарей.

В последнем издании известного труда О.С. Ахмановой «Словарь лингвистических терминов» «лексикография» определяется более подробно. Согласно О.С. Ахмановой, лексикография может обозначать следующее:

1. Наука о создании словарей;
 2. Формирование словарей, в которых описывается лексика конкретного языка;
 3. Все словари, относящиеся к данному языку или области знания.
- [Ахманова, 2010].

Авторы современной энциклопедии Британника определяют лексикографию как «процесс составления, редактирования или написания словаря» [URL: <https://www.britannica.com/>]. Авторы также отмечают отличие лексикографии от лексикологии, которая занимается изучением слов данного языка, включая их происхождение, эволюцию, значения, употребление и контекст.

В работе «Словарь Лексикографии» Р. Хартманна, выпущенной в 1998 году, автор определяет лексикографию как «область академической и коммерческой деятельности, в которой компьютеризация используется в различных новых формах» [Hartmann, James, 1998].

Таким образом можно отметить неоднозначность термина «лексикография».

По словам Л.В. Щербы «несмотря на то, что общество давно занимается созданием словарей различных типов, до сих пор не существует определённой общей лексикографической теории» [Щерба, 1974].

По упрощенным представлениям лексикография может быть определена как раздел языкознания, который включает в себя теорию составления словарей и методы их изучения, а также науку, изучающую семантику слов и их толкование.

В языкознании лексикография делится на две противоположные ветви:

1. Практическая лексикография выполняет учебные, коммуникативные, исследовательские и нормализующие функции языка.

2. Теоретическая лексикография, охватывает вопросы о:

- разработке как общей типологии словарей, так и словарей новых типов;

- формировании макроструктуры словаря, включая выбор лексики, принципы расположения слов и словарных статей и другие аспекты;

- создание микроструктуры словаря (отдельной статьи в словаре).

Английская лексикография прошла через ряд трансформационных процессов, начиная с практической деятельности по составлению словарей. С развитием технологий и появлением компьютеров лексикография стала использовать новые методы обработки информации. Появились электронные словари, базы данных и автоматизированные системы поиска информации. Эти изменения привели к тому, что лексикография стала рассматривать не только сами тексты, но и методы их обработки и хранения [Klosa-Kückelhaus, 2024].

Отдельно стоит упомянуть вклад известного британского лексикографа Т. МакАртура. Он ещё в 80-х гг. прошлого века писал о расширении рамок лексикографии до так называемой *reference science*, когда под воздействием объективных факторов английская национальная лексикография пришла к своеобразному сдвигу в своей научной парадигме [McArthur, 1986]. Таким образом, сегодня в английской лексикографической среде появляются

различные по типу и объему словари, а также календари, указатели, диалектологические карты и другие справочные пособия, основанные на моделях создания лексикографических изданий [Карпова, 2018].

Таким образом, после тщательного изучения различных концепций в области лексикографии можно прийти к выводу, что лексикография — это наука о составлении словарей и их использовании; процесс составления словарей, описывающий как лексику данного языка, так и совокупность словарей. Сегодня лексикография воспринимается как самостоятельная научная дисциплина, обладающая собственной теорией и методологией. Она занимается не только созданием словарей, но и исследованием принципов их построения, способов представления языковых фактов и культурных особенностей.

2.2. Развитие отечественной и английской лексикографии

Российский учёный-лексикограф В.В. Морковкин утверждал, что в своей практической деятельности лексикограф лишён привилегии выбирать для рассмотрения только такие проблемы, которые ему по душе; проблемы перед ним ставятся самим лексикографируемым материалом, и он должен их решать независимо от того, имеют ли они решение в теоретической лингвистике или нет. В этом смысле можно сказать, что не лексикограф выбирает проблемы, а проблемы выбирают лексикографа [Морковкин, 2017].

С данным высказыванием нельзя не согласиться, так как написание настоящего исследования обосновывается наличием нового лингвистического материала, нуждающегося в лексикографировании.

Очевидно, что лексикография имеет долгую историю своего развития. Возникновение данной науки связано с необходимостью объяснять неизвестные слова. В результате лексикография явно играет определенную роль в развитии языка, особенно в вопросах неологии. В предыдущем параграфе мы сформировали определение лексикографии, а в настоящей части

нашего исследования сравним этапы развития отечественной и англоязычной лексикографии.

Лексикография развивалась по-разному в культурах каждого народа. Однако, российский лингвист В.Г. Гак определил общие черты и выделил несколько периодов развития лексикографии в статье «О некоторых закономерностях развития лексикографии (учебная и общая лексикография в историческом аспекте)» [Гак, 1977]:

1. Дословарный период (до XV века);
2. Ранний словарный период (XV-XVII вв.);
3. Период развитой лексикографии (с XVIII века).

Таким образом, дословарный период включает в себя вокабулярии, глоссы и глоссарии, которые были созданы с целью толкования малопонятных слов, которые в основном использовались при переводе Библии. Глоссы — это переводы или разъяснения к непонятным словам и сами эти слова, особенно в текстах рукописей. Толкование размещалось поверх слова, рядом с ним или в зоне полей [Панькин, 2011]. Вокабулярием считался краткий словарь к отдельным разделам учебников [Крысин, 2006].

Ранний словарный период характеризуется появлением лексиконов — словарей малоупотребительной лексики, определяющих понятия како-либо области знаний, азбуковники — ранние энциклопедические словари XVII в., а также двуязычные словари. Все данные лексикографические разработки выполняли в основном образовательную функцию.

Третий период развитой лексикографии ознаменован появлением различных типов словарей. Функции таких словарей были как образовательными, так и научными, и описательными.

Основываясь на работах О.М. Карповой [Карпова, 2012], Дж. Консидина [Considine, 2007] и Л.П. Ступина [Ступин, 1985], представляется необходимым сравнить этапы развития англо-американской и отечественной лексикографии. Отметим, что лексикография различных стран так или иначе формировалась синхронно и проходила схожие этапы своего становления.

Период VI-VII вв. В отечественной лексикографии в данный период появились «азбуковники», где словарные статьи располагались в алфавитном порядке, а подбор лексики был беспорядочен. В англо-американской лексикографии данный этап характеризуется появлением глосс, где давалось определение непонятным словам текстов Библии на латинском языке.

Период XV в. В отечественной лексикографии формируется потребность коммуникации с иностранцами, что даёт начало созданию двуязычных словарей. Например, «Речь жидовського языка», «Речь тонкословия греческого». В англоязычной лексикографии появляется первый англо-латинский словарь «*Medulla Gramaticae*».

Период XV-XVI вв. В 1596 году выпускается первый печатный словарь «Лексис. Сирѣчь реченія вкратцѣ събранны и из словенского языка на простой рускій діалектъ истолкованы». В англо-американской лексикографии в указанный период появляются двуязычные словари, например, «*Ortus Vocabulorum*» (1500) является вторым латинско-английским словарем и первым в истории, который был напечатан.

Период XVII-XVIII в. Начало эпохи Петра в Российской империи знаменует значительную кросс культурную коммуникацию, в словарном составе языка появляется много заимствований. Это способствует созданию словарей иностранной лексики. В это же время в англоязычной лексикографии создаются словари, указывающие нормы для написания, произношения и употребления слов. Например, «*A Dictionary of English Language*» С. Джонсона [Johnson, 1755], «*An American Dictionary of English Language*» Н. Уэбстера [Webster, 1828] и др.

Период XVIII в. В отечественной лексикографии распространяются словари Академии Российской. Например, «Словарь церковно-славянскаго и русскаго языка, составленный вторым отделением императорской Академии наук» (1847). В то же время в англоязычной лексикографии создаются работы, отражающие различия американского и британского вариантов языка «*Dissertations on the English Language*» Н. Уэбстера.

Период XIX -XX вв. Советский этап развития лексикографии, когда появляются фундаментальные работы В.И. Даля («Толковый словарь живого великорусского языка») [Даль, 1880-1882], Д.Н. Ушакова («Толковый словарь русского языка») [Ушаков, 1940], С.И. Ожегова («Словарь русского языка») [Ожегов, 1949] и т.д. В англо-американской лексикографии появляются первые научные словари. Во-первых, «Тезаурус Роже» [Roget, 1852], а позднее «The Oxford English Dictionary» [The Oxford English Dictionary, 1933], который стал самым крупным проектом XIX -XX вв.

В результате проведенного сравнения мы можем предположить, что как отечественная, так и англоязычная лексикографии прошли схожие этапы своего развития. Кроме того, в настоящее время издается и переиздается множество словарей. К ним относятся частотные, обратные, словообразовательные, грамматические, морфемные, синтаксические, словари сочетаемости, трудных слов, новых слов и выражений и так далее. Также, появились электронные словари и компьютерная лексикография, которая неизбежно будет актуальной в XXI веке.

В настоящее время лексикология обращает внимание на важную социальную функцию словарей, которая заключается в том, чтобы фиксировать совокупность знаний общества конкретной эпохи, а также разрабатывать типологию словарей. Современное состояние лексикографии мы рассмотрим в следующем параграфе.

2.3 Корпусная лексикография на страже изучения новых слов

Современная лексикография переживает период трансформации, обусловленной технологическим прогрессом и меняющимися потребностями пользователей. Существует несколько ключевых аспектов развития данной научной области с настоящее время.

Во-первых, это ориентация на пользователя словаря. Лексикографические разработки все больше ориентируются на конкретных

пользователей, учитывая их уровень владения языком, профессиональные потребности и контекст использования (более подробно речь об этом пойдет в Главе III). Дизайн словарей становится более интуитивным и простым в использовании, с акцентом на удобство навигации, поиска и представления информации. Современные словари предлагают не только дефиниции, но и контекстуальные примеры, грамматические сведения, произношение, синонимы, антонимы, и т.д. Словари адаптируются под различные устройства (компьютеры, смартфоны, планшеты) и операционные системы, обеспечивая доступность в любое время и в любом месте, что приближает словарь к услуге. Персонализация справочного издания выходит в настоящее время на первый план.

Во-вторых, ещё одним важным аспектом развития лексикографии является специализация словарей. Появляется множество разработок, посвященных узким областям знания (медицина, юриспруденция, информационные технологии, экология, ковид и т.д.). Увеличивается спрос на словари терминов, необходимые для профессиональной коммуникации и обучения. Разрабатываются специализированные словари для изучающих иностранные языки, с учетом их уровня и специфики обучения. Всё больше внимания уделяется не просто отдельным словам, но и устойчивым выражениям, которые часто представляют сложность для изучающих язык.

Третий важный аспект развития лексикографии – компьютеризация. Бумажные словари уступают место электронным словарям, которые обладают преимуществами в скорости поиска, интерактивности и возможности обновления. Как справедливо отмечается в работе исследователя К.М. Денисова, посвященной англоязычной лексикографии в эпоху компьютерных технологий, современная лексикография невозможна без широкой компьютеризации, которая заключается «в создании специализированных языковых машинных фондов, в разработке методов их формирования и оперативном представлении информации пользователю» [Денисов, 2020]. Онлайн-словари становятся доминирующей формой доступа

к лексикографической информации, предлагая широкий функционал и постоянное обновление. Разрабатываются мобильные приложения со словарями, которые обеспечивают доступность информации в любом месте и в любое время. Словари становятся более интерактивными, предлагая пользователям возможность задавать вопросы, комментировать словарные статьи, участвовать в процессе пополнения и обновления словарей. В словари включаются мультимедийные элементы, такие как аудио- и видеофрагменты, что особенно важно для обучения иностранным языкам.

Еще одним важным направлением в лексикографии является волонтерская лексикография (относительно новое направление в области изучения языка, связанное с активным участием добровольцев в процессах создания, пополнения и обновления словарей) [Карпова, 2020]. Данная практика открывает новые горизонты для языковой науки и способствует более полной и динамичной картине состояния языка. Одним из главных преимуществ волонтерской лексикографии является её доступность. Благодаря интернету и современным технологиям, любой человек, интересующийся языком, может внести свой вклад. Некоторые онлайн-словари предоставляют пользователям возможность добавлять и редактировать лексические единицы, что способствует более полному отражению современных языковых тенденций. Так, например, Wiktionary [URL: <https://www.wiktionary.org/>] является одним из самых известных проектов, использующих модели участия пользователей (краудсорсинг) для создания многоязычного словаря. Любой человек может добавлять новые статьи, редактировать существующие и предлагать переводы. Обогащение базируется на коллективных усилиях сообщества волонтеров. Urban Dictionary [URL: <https://www.urbandictionary.com/>] предлагает платформу для добавления новых выражений и терминов, часто связанных со сленгом и уличной речью. Пользователи могут отправлять новые слова и определения, которые затем оцениваются сообществом. Комментарии и рейтинги помогают выделить наиболее популярные и полезные определения. Wordnik [URL:

<https://www.wordnik.com/>] — это онлайн-платформа, которая охватывает как традиционные определения, так и слова, находящиеся в современном употреблении, включая сленг и неологизмы. Пользователи могут добавлять новые слова, примеры использования и оказывать поддержку в создании коллекций, связанных с определёнными темами.

Волонтерская лексикография поддерживается также авторитетными словарями Collins Dictionary и Macmillan Dictionary. Collins Online Dictionary [URL: <https://www.collinsdictionary.com/>] предоставляет раздел для слов, предложенных пользователями, где они могут добавлять новые слова и термины, которые могут позже быть рассмотрены для включения в основной словарь. После подачи нового слова пользователем команда лексикографов Collins Dictionary проверяет его на релевантность и популярность для включения в основной корпус. Macmillan Open Dictionary – это раздел словаря, где пользователи могут добавлять современные термины и неологизмы. Каждое новое предложение проходит процесс модерации, и, если оно одобрено, слово становится доступным в разделе Open Dictionary.

Данные платформы делают словари более живыми и отражают язык в его современной эволюции. Участие пользователей позволяет быстро реагировать на изменения в языке и добавлять актуальные термины, которые могут не сразу появиться в традиционных печатных изданиях.

Современную лексикографию невозможно представить без электронных корпусов текстов. Языковые корпуса — это большие коллекции текстов, собранные в электронном виде, которые позволяют анализировать реальное употребление слов и выражений. «Корпуса играют ключевую роль в обеспечении точности, полноты и актуальности словарей» [Маник, 2016].

История корпусной лексикографии своими корнями уходит в 1960-е годы, когда был опубликован первый электронный корпус английского языка под названием The Brown Corpus [Francis, 1979].

Корпусная лингвистика внесла свой вклад в развитие компьютерного обучения языку, переводоведения и других сфер. Кроме того, лексикография

является одной из областей, движимых корпусной лингвистикой. Термин «корпусная лингвистика» был разработан Э. Тоньини-Бонелли в 2001 году. Однако первые упоминания данного термина были сделаны в ее научной статье, опубликованной в IGL (International Journal of Lexicography) в 1996 году. Лексикограф писала, что «в подходе, основанном на корпусе, лингвист стремится к целостности данных, а определения стремятся быть полными в отношении корпусных свидетельств» [Tognini-Bonelli, 2001: 84]. С другой стороны, «исследования, основанные на корпусе, стремятся подкрепить предвзятые теории тщательно отобранными примерами из корпуса» [Hanks, 2012: 417].

В современном понимании корпусная лингвистика — это раздел лингвистики, который занимается созданием и совершенствованием корпусов текстов и их использованием в качестве инструмента лингвистического исследования [Яскевич, 2009].

Под «корпусом» в лингвистике понимается совокупность текстов, в единое целое по определенным критериям, соответствующим конкретной исследовательской задаче, и отражающих ту или иную область использования языка [Яскевич, 2009]. В современной лингвистике корпуса используются именно в электронной форме, так как применение компьютерных технологий повлияло на функциональность корпуса: из простого и эффективного инструмента для работы с языковым материалом он стал исследовательским инструментом, тогда как корпусная лингвистика была выделена в отдельную дисциплину.

С появлением корпусной лексикографии создание словарей вышло на новый уровень. Компьютерная обработка больших объемов текстовой информации, а также обработка устной речи носителей языка позволило сократить процессы, связанные с компилированием материала лексикографических разработок.

С.А. Маник в своей работе отмечает, что «всеобщая компьютеризация привела к появлению отдельных корпусов литературного английского языка

крупнейших лексикографических домов» [Маник, 2016]. С данным утверждением нельзя не согласиться, так как значение корпусной лексикографии для развития лингвистической науки огромно. Это связано не только с тем, что многие исследования, связанные с языком, проводятся сегодня с опорой на корпусные данные. Научные описания языковой системы, а также авторитетные академические словари составляются на основе корпусов этих языков.

Например, популярная серия словарей Collins основывается на известном языковом корпусе The Bank of English (4,5 млрд. слов), лексикографические разработки серии Oxford University Press базируются на British National Corpus (100 млн. слов), словари серии Longman – на Longman Mini Concordances.

Языковые банки данных обладают большой ценностью, так как сотни примеров, содержащихся в них, представляют собой точные сведения для понимания того, как именно, в какой коннотации и с какими употребительными ограничениями слова английского языка используются его носителями. Таким образом, они могут способствовать минимальному приближению к образу мышления англоговорящего сообщества, а также пониманию их культуры и языка.

В настоящем исследовании мы опираемся на данные корпусов The English Corpora и WebCorp. Корпус текстов The English Corpora актуален и включает более 20 миллиардов слов. Данные корпуса обновляются ежедневно, что способствует оперативному отражению актуального состояния современного английского языка. Корпус доступен широкому кругу пользователей и предоставляет бесплатный доступ к информации, содержащейся в нем. Данный источник содержит отдельное собрание текстов с 2020 по 2023 год (более 1,5 миллиарда слов), посвященных коронавирусу, что позволяет провести максимально качественный анализ коронавирусной лексики.

WebCorp — это корпус текстов, созданный для анализа английского языка в интернете. Он был разработан в Университете Бирмингема (Великобритания) под руководством профессора Дж. Синклера и его команды [Renouf, Kehoe, Banerjee, 2006]. Основная цель WebCorp — предоставить лингвистам и исследователям доступ к огромному массиву гипертекстов, доступных в сети Интернет, для анализа языковых явлений, таких как неологизмы, коллокации, частотность слов и грамматические конструкции. WebCorp не имеет фиксированного объёма, так как использует гипертексты из интернета в реальном времени. Это означает, что корпус динамически обновляется и может охватывать миллиарды слов, доступных в открытых онлайн-источниках. Однако точный объём данных зависит от конкретного запроса и доступных на момент анализа веб-страниц.

WebCorp работает в режиме реального времени, то есть в нем не хранится статичная база данных. Это позволяет получать актуальные данные, отражающие современное состояние английского языка. Однако это также означает, что результаты могут меняться в зависимости от того, какие страницы доступны в момент анализа.

Корпус охватывает тексты из различных доменов, включая новостные сайты, блоги, форумы и социальные сети.

Корпусы The English Corpora и WebCorp являются важными инструментами для анализа современного английского языка, особенно в контексте его динамичного развития под влиянием цифровых технологий.

В следующей части нашего исследования мы раскроем тему лексикографического отражения неологизмов.

2.4. Лексикографическое отражение новых слов

Ранее, в первой главе настоящего исследования, мы сформировали определение и раскрыли основные особенности неологизмов. В данной части

работы мы стремимся раскрыть то, как именно новые слова могут быть зафиксированы в словарях различных типов.

Любой носитель языка может легко увидеть изменения в лексике, в частности, появление новых слов или исчезновение старых слов. Толковые словари общелитературного языка обогащаются новыми словами, которые появляются постоянно, входя сначала в пассивный, а затем и в активный словарный состав.

Так, например, словник Cambridge Dictionary в период июля-августа 2024 года пополнился такими неологизмами как «microfeminism», «hypertourism», «anti-fan», «trendbait», «pebbling», «vampire task», «mouse jiggling», «coffee badging», «e/acc», «slop», «decel», «ghamping», «microgapping», «Generation T» [URL: <https://dictionary.cambridge.org/>].

Включение неологизмов в словники толковых словарей литературного языка является традиционным способом их фиксации, при этом новые слова не образуют отдельной группы, а входят в общую группу наряду с другими лексическими категориями, принадлежащими как к активному, так и к пассивному составу языка. Среди таких групп можно выделить общеупотребительную лексику, широко распространённые научно-технические термины, устаревшие слова и т.д. При этом извлечение неологизмов из общего пласта лексики оказывается непростым. Отметим, что включение любой лексической единицы в состав толковых словарей автоматически делает её частью литературного языка. Очевидно, что далеко не все лексические нововведения в дальнейшем закрепятся в лексическом составе того или иного языка, нельзя определённо говорить о том, что именно останется в языке, а что выйдет из употребления.

Новые слова также могут быть зафиксированы в специальных словарях новых слов [Юмшанова, 1999]. Например, на базе института лингвистических исследований Российской академии наук (далее ИЛИ РАН) выпускается серия словарей, представляющих одно из лексикографических направлений в России – неографию. С 60-х гг. XX века в институте собраны картотеки инноваций

русского языка, было издано 26 словарей, в которых отразились 116 тысяч нововведений соответствующего времени. Систематическая, профессиональная и целенаправленная работа по выявлению и описанию неологизмов русского языка нигде в стране, кроме как в ИЛИ РАН, не проводится уже более полувека из-за специфики и трудоемкости процесса выявления и отсева абсолютно новой лексики русского языка. Основной задачей сотрудников является синхронная выборка новых слов в русском языке и их лексикографическая фиксация (создание выпусков серии «Новые слова в русской лексике» и словарей-десятилетников «Новые слова и значения»). С 2018 года данные новации представлены в онлайн-формате. На сайте ИЛИ РАН можно найти такие лексикографические разработки: «Словарь новых слов русского языка 1950-1980 гг.» [Левашов, 1995], «Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века. Т. 1-3.» [Новые слова и значения, 2009], а также ежегодники под названием «Новое в русской лексике. Словарные материалы», публикуемые с 1977 по 2023 год [Новое в русской лексике, 2023].

Как видно из вышеперечисленных примеров, отдельные словари неологизмов традиционно выпускаются по прошествии определённого периода времени. Лексикографические разработки XX века обычно захватывают широкие временные промежутки, от десятилетия до полувека. В XXI веке, ознаменованном появлением и стремительным развитием новых информационных технологий, периоды публикации специальных словарей новых слов сокращаются и появляются так называемые ежегодники, фиксирующие новые слова за один год.

В английской лексикографии одним из авторитетных словарей неологизмов XX века традиционно считается работа лингвиста Дж. Алгео под названием «Fifty Years Among the New Words. A Dictionary of neologisms» [Algeo, 1991]. В данном издании собраны новые слова английского языка в период с 1941 по 1991 год.

В XXI веке, как было отмечено, словари неологизмов выпускаются, захватывая уже не такие широкие периоды языковых изменений. Промежуток в один год рассматривается лексикографами как репрезентативный этап, в рамках которого существует достаточно материала для исследования. Так, австралийский лексикограф С. Батлер с 2018 по 2023 год выпускает ежегодные издания под названием «New Words. Changes in Australian English» [Butler, 2023]. Данные сборники отражают лексические изменения в австралийском варианте английского языка за указанный год.

Еще одним ярким примером словаря новых слов является «The Oxford Dictionary of New Words» Э. Ноулз и Дж. Эллиотт, опубликованный в 1997 году [Knowles, Elliott, 1997]. В данной работе отражаются более 2500 слов, появившихся в английском языке за десятилетний период.

Среди многообразия лексикографических разработок, опубликованных в конце XX – начале XXI вв. можно также выделить словари:

Facts on File Dictionary of New Words (1989) [Lemay, Lerner, Taylor 1989];

The Oxford Dictionary of New Words: A Popular Guide to Words in the News» [Tulloch, 1991];

A dictionary of new words (1995) [Lerner, 1995];

Brave New Words: The Oxford Dictionary of Science Fiction (2007) [Prucher, 2007];

New Word A Day: 365 New Words A Day - One word for each day! (2013) [Carruthers, 2013];

New Word Dictionary From the Mind of a Thought Hungry Futurist (2016) [Beasley, 2016];

A Word a Day: A Daily Dictionary of New and Unusual Word выпущенный в 2022 году [A Word a Day: A Daily Dictionary of New and Unusual Word, 2022].

Отдельно стоит отметить ресурс Word Spy [URL: <https://wordspy.com/>], разработанный как своего рода онлайн-словарь неологизмов и современных терминов. Платформа специализируется на сборе и описании новых слов и фраз, которые часто появляются в средствах массовой информации, блогах и

других источниках на волне актуальных событий и культурных тенденций. Каждое новое слово или фраза сопровождается документированными примерами использования, чаще всего из авторитетных изданий. Это делает ресурс надежным и позволяет пользователям увидеть реальный контекст, в котором используется новое слово.

Данные словари вносят большой вклад в развитие отдельного направления в современной лексикографии и описывают новые явления в английском языке. Словари такого типа отражают эволюцию языка (фиксируют эти изменения, предоставляя лингвистам и обществу возможность отслеживать траекторию развития языка), записывают новые явления действительности, создают языковой архив (это позволяет будущим поколениям исследователей изучать, как менялся язык в разные периоды времени).

Отдельной темой для научного обсуждения в последние два десятилетия является широко распространяющийся феномен сленга и его соотнесения с неологизмами, как отмечалось в Главе I. В западной лексикографии сленг часто определяется как все новое, что появляется в языке и пользуется популярностью. Например, в Большом Оксфордском словаре сленг определяется как низкий, вульгарный язык, а не как литературный разговорный язык [URL: <https://www.oed.com/>]. Сленг, по словам Э. Партриджа, представляет собой «относительно устойчивый для определенного периода, широко употребительный, стилистически маркированный (сниженный) лексический пласт – компонент экспрессивного просторечия, входящего в литературный язык, весьма неоднородный по своим истокам и степени приближения к литературному стандарту» [Partridge, 1970]. Кроме того, учёный называет сленг «квинтэссенцией разговорной речи», подчеркивая идею о том, что лингвисты по-разному относятся и понимают сленг.

Сленг и неологизмы могут быть объединены фактором новизны. Язык является динамической системой, развивающейся вместе с обществом,

поэтому его обновление тесно связано с жизнью людей. В результате новых явлений и изменений появляются неологизмы. Иногда слова образуются настолько быстро, что лингвисты не успевают следить за их скоростью. Кроме того, неясно, сохранится ли лексическая единица в языке в течение длительного периода времени. В результате словари пополняются новыми словами только тогда, когда слово окончательно утвердится в языке. Но в такой области языка, как молодёжный сленг, появляются самые неустойчивые и интересные неологизмы. По словам исследователя В.Е. Щербиной, «доля неологизмов в молодежном сленге достаточна велика, доля неологизмов-«интернетциализмов» – огромна» [Щербина, 2017].

Одним из самых современных англоязычных ресурсов, отражающих реалии молодёжной лексики, является словарь Urban Dictionary [URL: <https://www.urbandictionary.com/>]. Данный лексикографический инструмент одним из первых отражает новые языковые явления за счёт вовлечения пользователей в процесс наполнения словаря новыми лексическими единицами (волонтерская лексикография).

Ранее, при подготовке к проведению настоящего исследования, нами уже был выполнен сравнительно-сопоставительный анализ наличия высокочастотных неологизмов COVID-19 в англоязычных онлайн-справочниках и словаре Urban Dictionary [Привалова, 2024: 79]. Результаты показали, что большая часть рассмотренных лексических единиц размещена на ресурсе Urban Dictionary. Это говорит нам о том, что современное общество (при помощи сленга и неологизмов) оперативно реагирует на любые окружающие нововведения, что способствует многообразию словотворчества и появлению новых слов и значений.

Однако, важно отметить, что ресурс Urban Dictionary является открытой платформой, где любой пользователь может предложить своё новое слово, сопроводив его определением и иллюстративными примерами. Отсутствие модерации сайта приводит к дублированию словарных статей и разнообразию пользовательских определений. Мы полагаем, что словарь Urban Dictionary

может быть рассмотрен как лексикографический инструмент, с которым пользователям и учёным-лингвистам стоит обращаться с осторожностью, так как размещаемый на площадке материал может вводить в заблуждение, а информация, передаваемая через него, должна подвергаться тщательной проверке.

Другим важным аспектом современной лексикографии является выпуск словарей по результатам масштабных общественно-политических событий, происходящих в глобальном пространстве. Так, например, выход Великобритании из Европейского союза в результате референдума в 2016 году и связанный с ними многолетний процесс привёл к появлению большого числа неологизмов. Например, само название «Brexit» является новым словом в результате слияния (Britain + exit). Некоторые слова приобрели дополнительное значение в рамках Брексита. Например, «bill» в словаре «Brexit Dictionary: Or an A to Z of What Brexit Really Means» определяется как «денежный счет; в случае Brexit – несколько усиленный счет; закон, представленный в парламент, но еще не ставший актом; этап, на котором много внимания уделяется Brexit» [Eyers, Myerson, 2018].

Пандемия коронавируса также привела к появлению разнообразных лексикографических разработок, посвящённых новым словам данной эпохи. В следующем параграфе мы рассмотрим, чем именно пополнился рынок словарных инструментов в результате новой коронавирусной инфекции.

2.5. Словари COVID в отечественной и зарубежной неографии

«Неологический экстрим» [Буцева, Зеленин, 2020] – именно так современные исследователи называют период интенсивной неологизации лексического состава языка в контексте пиковых взлётов чрезвычайной активности большой группы новых слов с общей тематикой. В конце 2019 – начале 2020 года пандемия коронавируса охватила большую часть мирового населения. Данная ситуация отразилась в языках по-разному. Английский

язык, как главный инструмент международного общения, собрал в себе самое большое количество неологизмов, которые в дальнейшем были заимствованы другими языками.

Новые слова по тематике пандемии коронавируса в мире стали закрепляться в словарях с 2021 по 2023 год. Это подтверждается тем, что в указанный период выпускается наибольшее количество лексикографических разработок, а также публикаций на сайтах авторитетных словарей.

Проведём краткий обзор ряда наиболее популярных специальных словарей новых слов на коронавирусную тему. ИЛИ РАН одними из первых выпустили «Словарь русского языка коронавирусной эпохи» [Словарь русского языка коронавирусной эпохи, 2021]. В данной работе авторы фиксируют новые слова, словосочетания и значения, которые появились в период пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. События 2020 года повлияли на активизацию различных языковых процессов, происходящих в лексико-семантической системе русского языка, а так же способствовали интенсивному процессу пополнения словарного состава русского языка. В своей работе авторы зафиксировали около 3500 слов, значений и выражений, которые представляют собой инновации периода коронавирусной инфекции с 2020-начала 2021 гг., а также новые значения слов, ранее существовавших в языке, но оказавшихся под влиянием пандемии и актуализировавших своё толкование. Словник наполнен лексическими единицами, собранными авторами в результате мониторинга русскоязычных средств массовой информации. Словарные статьи в работе размещены в алфавитном порядке и содержат заголовочное слово, определение, примеры из СМИ, различные типы помет (грамматическую и стилистическую). Приведем пример словарной статьи данного справочника (рис. 1).

КОРОНАМИЧЕСКИЙ, ая, ое. *Шутл.* То же, что экономический. В предыдущем обзоре «коронамического кризиса» в Беларуси уже говорилось о жёлании бизнеса пролоббировать компенсаторные меры, схожие с российскими. Techrize 07.04.2020. — Контаминация: **корона** (см.) + **экономический**.

Рис. 1 Словарная статья неологизма «коронамический» в Словаре русского языка коронавирусной эпохи

С нашей точки зрения данный источник отражает достаточно информации для понимания нового слова, содержит большое количество помет (грамматическая, стилистическая, словообразовательная), а также определение и пример со ссылкой на источник и датой публикации.

Отдельно отметим дефиницию, которая, по нашему мнению, может быть сложна для понимания пользователями. Таким образом, именно пример употребления слова является ключевым в контексте восприятия значения лексической единицы. Данный анализ указывает на важность примера как неотъемлемой части словарной статьи.

Ещё одна лексикографическая разработка на тему коронавируса называется «Covidictionary. Словарь коронавирусной лексики» [Катермина, Липириди, 2021]. Данная работа включает в себя около 400 новых лексических единиц, которые появились и актуализировались в английском языке в 2020-2021 гг. в связи с пандемией. Заметим, что количество словарных единиц заметно меньше, чем в предыдущем проанализированном источнике. Данный факт ставит под сомнение озвученное в описании к словарю желание авторов отразить «огромный словообразовательный потенциал стихийного словотворчества в период коронавируса» [Там же].

За основу разработки авторы взяли информацию в онлайн-словаре Urban Dictionary, который является наиболее репрезентативным источником современного языка молодёжи и интернет-пространства. Порядок расположения словарных статей является алфавитным.

Словарная статья для неологизма «beer bug» в словаре Covidictionary приведена на рис. 2.

BEER BUG. Coronavirus, a disease originating in China which shares the same name as a shitty Mexican beer. *E.g. Chad caught the beer bug so has to self-isolate for 14 days at home.*

Рис. 2 Словарная статья нелогической единицы «beer bug» в словаре Covidictionary

Микроструктура словаря состоит из заголовочного слова, выделенного полужирным шрифтом, определения и иллюстративных примеров.

В качестве сравнения проиллюстрируем словарную статью этого же термина в Urban Dictionary на рис 3.



Рис 3. Словарная статья неологизма «beer bug» в онлайн-словаре Urban Dictionary.

Сравнивая данные словарные статьи, можно прийти к выводу, что авторы словаря Covidictionary полностью перепечатали определение и примеры неологизмов, приведённых пользователями в онлайн-справочнике Urban Dictionary. Как ранее было упомянуто в предыдущем параграфе, Urban Dictionary не может быть использован лексикографами в качестве одного репрезентативного и надёжного источника информации ввиду отсутствия его модерации. Отметим также, что такое копирование информации является недопустимым для профессиональных лексикографов и является открытой формой плагиата. Данные выводы мы можем сделать ввиду отсутствия ссылки на источник информации в пределах выделенной словарной статьи.

Одним из первых среди зарубежных лексикографических изданий, посвящённых коронавирусной лексике, появился онлайн-справочник на немецком языке [Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie, 2020]. На базе Института немецкого языка имени Г.В. Лейбница (Leibniz-Institut für Deutsche Sprache) было собрано около 2800 новых слов и значений, которые образовались в немецком языке с начала пандемии COVID-19. Авторы данной разработки дают определение заголовочному слову и приводят иллюстративный пример. На рис. 4 даётся словарная статья слова «coronaidiot».

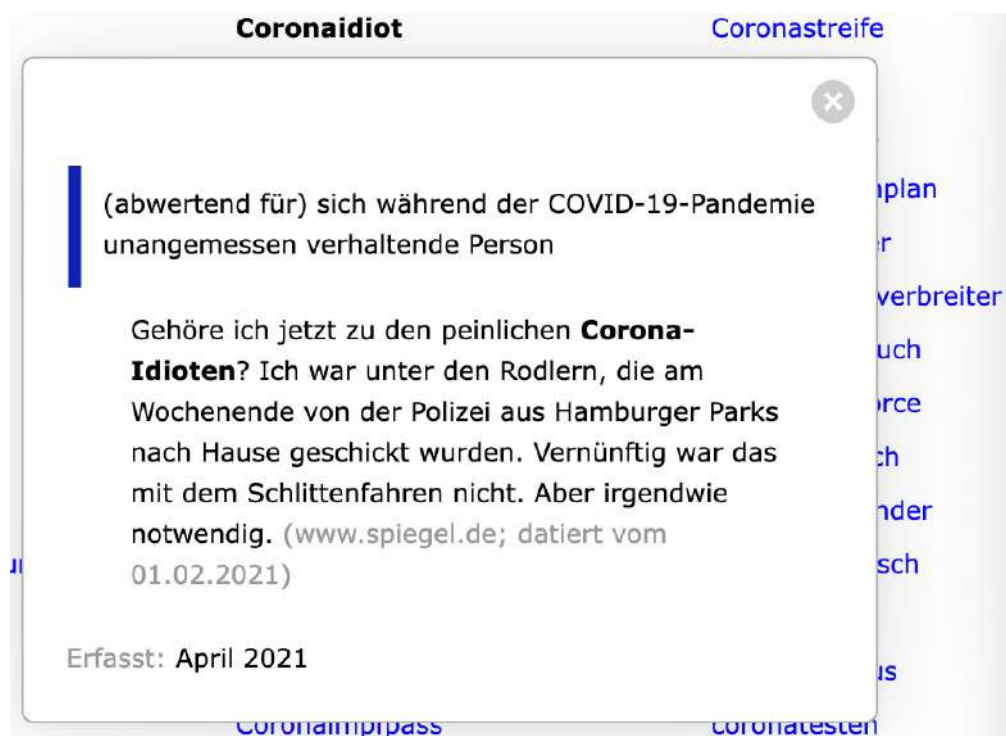


Рис. 4 Словарная статья неологизма «coronaidiot» в словаре *Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie*

На примере видно, что авторы включили основную информацию о лексической единице: определение, пример со ссылкой на источник и датой публикации. Приведённых данных может быть достаточно для понимания нового слова читателями.

Представим ряд примеров лексикографических разработок, посвящённых пандемии коронавируса и опубликованных английскими авторами. «The Coronavirus Encyclopedia: The Ending of a World Order» [Abdelaziz, 2022] является ярким отражением реакции лексикографического рынка на распространение коронавирусной инфекции. Энциклопедия содержит более 1500 словарных статей, разделённых на 7 глав и посвящённых: 1) научным и медицинским вопросам; 2) продуктам питания и напиткам, а также народным рецептам; 3) политическим и экономическим аспектам; 4) социальным аспектам и инициативам, способствующим развитию солидарности и осведомленности во всем мире; 5) культурным и художественным аспектам; 6) религиозным и сектантским аспектам; 7) спортивным аспектам. Данный лексикографический продукт, как и большинство словарей, направлен на информирование пользователей о распространяющемся заболевании. В энциклопедии собраны не только новые

слова и значения, но и специальная узконаправленная лексика, частотность употребления которой возросла на фоне пандемии. В качестве примера представим словарную статью с заголовочным словом «Banknotes Disinfection Device».

Banknotes Disinfection Device. It is a device to sanitize banknotes from coronavirus. The media reported it in late May 2020 and said it was invented in Italy to eliminate risks of transmitting the infection through banknotes. The media also pointed out that this mean of virus transmission among people was the most notable.

A student invented the device at the Galileo Galilei Institute in Ancona city in Marche, central Italy. The student announced that the device was still in the designing process due to the lockdown.

It was among the projects chosen to be implemented in the MAC ASA Science Fair.

Как видим из примера, словарная статья описывает устройство для дезинфекции банкнот. Приводится определение и развернутая этимологическая справка о слове. Такой подход к лексикографированию неологизмов также является востребованным и интересным для пользователей, так как подробное описание происхождения слова и контекст дают читателям возможность самостоятельно сформировывать представление об описываемой единице речи и больше узнать о новом явлении.

Ещё одним ярким примером словаря коронавирусной эпохи является «COVID Words Diary» австралийского лексикографа С. Батлер [Butler, 2023]. Здесь автором были собраны около 500 слов, которые появились в английском языке с начала глобальной пандемии до появления вакцин. Слова варьируются по типу терминологии: медицинская, политическая, социальная и разговорная. В предисловии к словарю автор также делает акцент на важности информированности общества в борьбе с данным заболеванием. Обратимся к примеру словарной статьи неологизма «super spreader» (рис. 5), которое в период пандемии стало одним из самых распространённых и популярных новых лексических единиц.

super spreader

This is the person you fear during an outbreak of an infectious disease. As a carrier of the disease they seem to be able to pass it on to a significantly larger than average number of people. There are various explanations for this. One is that they have a huge virus load which they shed in abundance to all around them. Another is that they have no symptoms themselves for a while so they pass the virus on while still apparently virus-free. Another is that they just happen to be in a job or occupation where they meet more people in the average day than others would and so have more opportunities to pass on the virus.

The term first came into use in the SARS outbreak in 2002, but it has been quickly revived in this latest Covid-19 outbreak. The medical world is wary of the term but the media is still on the lookout for someone who qualifies. One patient in Wuhan infected 14 medical workers, and a British man who travelled from Singapore to a French ski resort and then to his home town of Hove has infected 11 people. These two have been described in the media as super-spreaders.

Рис. 5 Словарная статья неологизма «super spreader» в словаре COVID Word Diary

Данный пример похож на предыдущий и продолжает тенденцию этимологического описания новых слов. Это свидетельствует о том, что некоторые исследователи при лексикографическом описании неологизмов обходятся без примеров и многообразия помет, выделяя только информацию о происхождении слова.

Настоящий сравнительный анализ словарных разработок позволяет нам наглядно увидеть различные подходы лингвистов к лексикографической регистрации и описанию неологизмов COVID-19.

Несомненно, самым популярным типом лексикографических разработок в период пандемии коронавируса стали онлайн-гlossарии, публикуемые на различных сайтах (от известных СМИ до государственных и частных организаций здравоохранения). В качестве примера можно привести несколько таких публикаций. Медицинский центр UVA Health в Вирджинии выпустили статью «Coronavirus & COVID-19: Glossary of Terms» [URL: <https://uvahealth.com/services/covid19-glossary>]. В статье на сайте организации содержится список из 28 часто используемых СМИ терминов и новых слов, посвящённых коронавирусной инфекции, среди которых «asymptomatic»,

«flattening the curve», «shelter in place» и другие. Каждая лексическая единица сопровождается кратким определением. Например:

Person under investigation (PUI)

When a health provider suspects a person has the coronavirus. But, no test has confirmed the infection.

Данная словарная статья показывает, что ранее устоявшиеся выражения в период пандемии могут приобретать новые значения.

Ещё одним ярким примером глоссария ковидной лексики может быть публикация издания Times под названием «Coronavirus: A Glossary of Terms to Help You Understand the Unfolding Crisis» [Steinmetz, 2020]. Статья содержит 26 слов и выражений, которые важны для всеобщего понимания происходящих событий в связи с пандемией. Безусловно, такое небольшое количество лексических единиц не может свидетельствовать о полноте описанного материала. Однако, стоит отметить, что авторами таких разработок проводится анализ данных о трафике веб-сайтов авторитетных словарей (в данном случае Dictionary.com и Merriam-Webster), чтобы узнать, какие слова пользователи искали чаще обычного в связи с тематикой коронавируса. Используя такие данные, авторы составляют глоссарии, призванные упростить навигацию общества в случившемся кризисе, а также предоставить некоторый контекст о происхождении данных слов.

Так, автор работы даёт определение таким терминам, как «quarantine», «self-quarantine», «isolation», «cordon sanitaire» и т.д. Приведём пример того, как автор описывает некоторые лексические единицы:

symptom / symptomatic / asymptomatic / incubation

Many of the words that are seeing the biggest spikes on Dictionary.com are exotic ones like coronavirus. But senior research editor John Kelly says people are also looking up more familiar fare: words like symptom, a sign or indication that someone has a disease.

Symptomatic cases of COVID-19 include things like fever, cough and shortness of breath. One of the big questions health officials have been racing to

answer is whether, and how long, someone might have the novel coronavirus while being asymptomatic: not showing signs that they have the disease.

This is related to a virus' incubation period, the length of time between when an infection begins and when there are apparent signs of the disease. The Centers for Disease Control and Prevention (CDC) is operating under the assumption that COVID-19 has a two to 14-day incubation period, based on what officials have seen with other coronaviruses.

На данном примере видно, что автор ссылается на авторитетный словарь Dictionary.com [URL: <https://www.dictionary.com/>] и его главного научного редактора Дж. Келли для того, чтобы передать читателям достоверную информацию о статусе и значении рассматриваемых слов. В сравнении с другими приведёнными примерами данные словарные статьи состоят из заголовочного слова и его дефиниции в рамках ковидной тематики. Глоссарии помогают читателям ориентироваться в терминах, выражениях и аббревиатурах, используемых в специализированной узкой области. Несмотря на то, что указанные в глоссарии лексические единицы не принадлежат в категории новых слов, они приобретают новые значения в рамках пандемии коронавируса. Многие люди могли ранее не сталкиваться с данной специальной медицинской терминологией, однако в рамках борьбы с коронавирусной инфекцией осведомлённость и понимание глобальных событий способствует замедлению распространения заболевания.

Глоссарий, опубликованный на сайте WebMD под названием «Coronavirus: Glossary of Common Terms» журналиста Б. Броуди под руководством врача Д. Бреннана больший по объёму по сравнению с предыдущими примерами и содержит 48 лексических единиц, часто используемых при освещении нового коронавируса, который вызывает COVID-19 [Brody, 2023]. WebMD является американской корпорацией, публикующей онлайн-новости и информацию о здоровье и благополучии человека. Справочный материал, размещённый на сайте данной компании и посвящённый коронавирусной инфекции, определяет наиболее важные

явления, связанные с пандемией. Среди слов и выражений, закреплённых в указываемой лексикографической разработке, можно найти такие как: «booster», «cluster», «convalescent plasma therapy», «drive-thru testing» и т.д. Заголовочное слово, как и в предыдущих примерах глоссариев, сопровождается кратким определением в контексте заболевания.

Например:

Paxlovid: Nirmatrelvir tablets and ritonavir tablets (Paxlovid) is the first oral COVID-19 treatment cleared by the FDA. This antiviral drug from Pfizer treats adults and children 12 and older (weighing at least 88 pounds) who have mild-to-moderate COVID-19 and are at high risk of the disease becoming severe.

Данный пример аналогично предыдущему показывает суть создания глоссариев для широкого круга общества по специальной, незнакомой многим теме (в данном случае узкоспециальные медицинские термины). Словарная статья также состоит из заголовочного слова и определения. В глоссариях обычно не требуется дополнительных помет, так как основная цель их создания – вносить ясность в значения незнакомых читателю терминов или терминов, которые использованы в специфическом значении. Более того, глоссарии обеспечивают единство терминологии, позволяют стандартизировать понятия, используемые в тексте.

Так как явление коронавируса напрямую связано с медицинской терминологией, представляется необходимым кратко описать, как расширился лексикографический рынок в данной области.

В период широкого распространения коронавирусной инфекции многие организации и средства массовой информации публиковали статьи-глоссарии, содержащие от 30 до 50 терминов, наиболее часто используемых в контексте пандемии. Авторы данных лексикографических разработок опирались как на данные авторитетных словарей, так и на информацию профессиональных врачей для того, чтобы распространить информацию о заболевании и предотвратить его дальнейшее продвижение. Многообразие таких публикаций свидетельствует о том, что тематика коронавируса с 2020 по 2023 год была

одной из самых обсуждаемых мировых проблем, а связанная с ней лексика зачастую может быть не понятна широкому кругу общественности.

Многие авторитетные словари включили в свои словники новые лексические единицы и значения на тему COVID-19. Данный факт подтверждается многообразием анонсов в формате статей на сайтах таких словарей, как Merriam-Webster [URL: <https://www.merriam-webster.com/>], Dictionary.com [URL: <https://www.dictionary.com/>], Cambridge Dictionary [URL: <https://dictionary.cambridge.org/>], Collins Dictionary [URL: <https://www.collinsdictionary.com/>], Oxford English Dictionary [URL: <https://www.oed.com/>] и Longman Dictionary [URL: <https://www.ldoceonline.com/>]. Например, в период с 2020 по 2022 гг. издательство Cambridge Dictionary включило в словник следующие слова: «tripledeemic», «RTO», «FONO», «supercold», «vaccine envy», «tomato flu», «immunity debt», «pingdemic», «vaccine nationalism», «ghost flight», «flurona», «vaxi taxi», «vaccine hunter», «scariant», «panpanic», «vaccine stamp», «Blursday», «V-Day», «long covid», «maskne», «Covid toe», «re-entry anxiety», «lockdown foot», «headline stress disorder», «sunshine shift» и многие другие. Все указанные слова являются неологизмами, ранее не существовавшими в английском языке, но ставшими популярными ввиду широкой распространённости пандемии и её влияния на жизнь многих людей.

Данные о новых словах, входящих в состав современных онлайн-словарей, можно получить благодаря блогам, которые присутствуют на сайтах всех авторитетных издательств и регулярно пополняются новостями от авторов о том, какие единицы дополнили состав онлайн-ресурса.

Помимо информирования пользователей о новых словах, современные онлайн-словари уже много лет ведут традицию выбора слова года по версии издательства. Нами был проведён анализ слов года за 2020 и 2021 гг. Обратимся к данным таблицы 1.

Название словаря \ Год	2020	2021
Collins	Lockdown	NFT
Cambridge Dictionary	Quarantine	Perseverance
Oxford Dictionary	—	Vax
Merriam-Webster Dictionary	Pandemic	Vaccine
Macquarie Dictionary	Doomscrolling	Strollout
Dictionary.com	Pandemic	Allyship

Таблица 1. Сравнительная таблица слов года за период 2020-2021 гг.

Очевидно, что в период разгара пандемии именно слова, связанные с коронавирусной инфекцией, становились главными лексическими единицами года по версии авторитетных лексикографических ресурсов.

В таблице 1 серым цветом выделены лексические единицы, которые связаны с пандемией. Заметим, что в 2020 году почти всеми издательствами были выдвинуты слова, объединенные тематикой коронавирусной инфекции. Так, словари Merriam-Webster и Dictionary.com выделили термин «pandemic» в качестве главного слова года. Несмотря на то, что 2020 был годом охваченного кризисом общественного здравоохранения, экономическим спадом, расовой несправедливостью, климатической катастрофой, политическими разногласиями и масштабной дезинформацией, документалистами английского языка лексема «pandemic» была выбрана как наиболее частотная единица, используемая повсеместно.

По мнению издательства Collins Dictionary главным словом 2020 года стала единица «lockdown». Говоря о значении данной единицы, авторы словаря описывают её как «состояние национального ступора, когда почти все, что составляет нормальную общественную жизнь, приостановлено» [Shariatmadari, 2020].

«Quarantine» было выделено как слово года 2020 по версии онлайн-словаря Cambridge Dictionary. По данным издательства именно эта единица была самой частотной среди поисковых запросов пользователей [Cambridge Words, 2020]. «Quarantine» – единственное слово, вошедшее в пятерку лидеров как по количеству поисковых запросов, так и по общему количеству просмотров (более 183 000 к началу ноября). Наибольший всплеск поисковых запросов (28 545) пришелся на неделю с 18 по 24 марта, когда многие страны мира охватила пандемия COVID-19.

Словарь Macquarie Dictionary [URL: <https://www.macquariedictionary.com.au>] считается стандартным справочником по австралийскому английскому языку на национальном и международном уровнях. Авторами издания слово «doomscrolling» было выделено в качестве главной единицы года. Словарная статья в онлайн-ресурсе Macquarie Dictionary выглядит следующим образом:

doomscrolling

noun Colloquial the practice of continuing to read news feeds online or on social media, despite the fact that the news is predominantly negative and often upsetting.

Also, doomsurfing. –doomscroller, noun

Лексема «doomscrolling» определяется как «практика продолжения чтения новостных лент онлайн или в социальных сетях несмотря на то, что новости преимущественно негативные и часто расстраивающие» [URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/>]. Данный неологизм появился во времена коронавируса и всеобщей изоляции, быстро распространился в социальных сетях и стал одним из популярных единиц 2020 года быстроразвивающейся пандемии.

Интересная ситуация прослеживается с определением слова года издательства Oxford English Dictionary. Лексикографами данного онлайн-словаря была выпущена статья, где говорилось о том, что им не удалось определить только одно слово для 2020 года [URL: <https://www.oed.com/>].

Авторами указывается, что английскому языку, как и обществу в целом в 2020 году было необходимо быстро и многократно адаптироваться. Командой экспертов-лексикографов фиксировались и анализировались лексические данные, однако 2020 год – это не тот год, который можно уместить в одно единственное «слово года», поэтому авторы решили рассказать о феноменальной широте языковых изменений и развития в течение года в специальном отчете [Там же]. В Приложении 1 данной работы представлена инфографика, опубликованная издательством, которая содержит информацию о словах и связанных событиях, ставших наиболее важными для пользователей словаря за прошедший 2020 год.

Анализируя выделенные лексикографами главные слова 2021 года, можно сделать вывод, что несмотря на продолжающуюся пандемию, лексемы коронавирусной тематики были предложены не всеми из рассмотренных ресурсов. Исследователями Oxford Dictionary и Merriam-Webster Dictionary были отобраны слова, посвящённые вакцинам: «vax» и «vaccine» соответственно. В австралийском варианте английского языка (Macquarie Dictionary) главной лексемой стала «strollout», которая означает «замедленное внедрение программы по вакцинации от COVID-19 в Австралии» [URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/>]. Тогда как «perseverance» – слово года по версии словаря Cambridge Dictionary отражает упорство, которое в 2021 году пришлось проявить обществу по всему миру перед лицом трудностей и сложностей, связанных с COVID-19.

Два словаря из таблицы 1 выделили слова, не связанные с пандемией. У разработчиков Collins Dictionary главной стала аббревиатура «NFT» (non-fungible token) в виду распространяющейся популяризации криптовалют. Онлайн-словарь Dictionary.com определил основным неологизм «allyship», который определяется как «статус или роль человека, который выступает и активно работает за включение маргинальной или политизированной группы во все сферы жизни общества, не являясь членом этой группы, но проявляя

солидарность с ее борьбой и точкой зрения и действуя под ее руководством»
[URL: <https://www.dictionary.com/>].

Пандемия COVID-19 оказала влияние на лексический состав английского, русского, а также немецкого языков. Лексикографические разработки, направленные на закрепление и определение новых явлений действительности, в самых разнообразных формах заполнили интернет-пространство.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

Лексикография – это многоаспектная лингвистическая дисциплина, изучающая теорию и практику составления словарей, а также методы их использования и исследования. Она охватывает как практическую деятельность по созданию словарей различных типов (языковых, лингвистических, специализированных, электронных и др.), так и разработку теоретических основ, определяющих принципы их построения, структуры и функций.

Лексикография, пройдя долгий путь эволюции от простого составления глоссариев до современной корпусной науки, является динамично развивающейся областью языкознания. Она постоянно адаптируется к изменениям в языке и обществе, используя новые технологии и методы для фиксации и анализа лексического материала. Современная лексикография, опираясь на корпусные данные и компьютерные технологии, стремится к максимальной точности, полноте и актуальности описания языковых фактов.

Анализ различных определений термина «лексикография» показывает его неоднозначность. Лексикография – это одновременно и наука о составлении словарей, и процесс их создания, и совокупность самих словарей. Это подчеркивает многоаспектность данной области и ее роль как в теоретическом исследовании языка, так и в практическом его применении.

Сравнительный анализ развития отечественной и англоязычной лексикографии выявил общие закономерности и параллели, несмотря на культурные различия. Оба направления прошли через этапы глоссирования, создания двуязычных словарей, формирования нормативных словарей и, наконец, к разработке современных электронных ресурсов, основанных на корпусной лингвистике.

Корпусная лексикография стала неотъемлемой частью современных лексикографических исследований. Языковые корпуса, представляя собой большие коллекции текстов, позволяют анализировать реальное употребление

слов, выявлять их значения и контексты, тем самым обеспечивая более точное и полное описание лексического материала. Использование корпусных данных позволяет лексикографам выявлять новые слова и значения, отслеживать их распространение и динамику.

Включение неологизмов в толковые словари литературного языка является традиционным способом их фиксации, однако не всегда позволяет отследить динамику и специфику употребления новых слов.

Словарь «Новые слова и значения», издаваемый ИЛИ РАН, и ежегодники австралийского лексикографа С. Батлер демонстрируют специализированный подход к неологии, отражая языковые изменения за определенный период времени.

Онлайн-ресурсам, таким как Urban Dictionary: свойственна оперативность фиксации новых слов и их значений, однако характерное отсутствие модерации не всегда гарантирует достоверность информации, размещенной на подобных платформах.

Пандемия COVID-19 стала катализатором языковых изменений, приведя к появлению огромного количества неологизмов. Эти слова и выражения активно фиксировались в разнообразных лексикографических изданиях и ресурсах:

«Словарь русского языка коронавирусной эпохи» и «Covidictionary» являются примерами специализированных изданий, направленных на описание новой лексики, возникшей в связи с пандемией.

Быстрое распространение пандемии привело к появлению многочисленных онлайн-глоссариев и публикаций, которые помогали пользователям ориентироваться в новой медицинской, социальной и политической терминологии.

Крупнейшие мировые словари, такие как Cambridge Dictionary, Oxford English Dictionary и Merriam-Webster, активно включили новые слова и значения, связанные с COVID-19, в свой словник, тем самым подтверждая их значимость и распространенность.

Выбор «слова года» по версии различных авторитетных словарей является еще одним подтверждением того, что пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на языковые изменения. В 2020 году, когда пандемия была в самом разгаре, главными словами года становились «lockdown», «quarantine» и «pandemic», тогда как в 2021-м внимание переключилось на слова, связанные с вакцинацией («vax», «vaccine») и другими аспектами адаптации к жизни в новых условиях («strollout»).

Анализ показал разнообразие подходов лексикографов к описанию неологизмов, от кратких дефиниций в глоссариях до развернутых словарных статей со стилистическими, грамматическими и этимологическими пометами, а также контекстуальными примерами. Выбор подхода зависит от типа словаря и его целевой аудитории.

В целом, проведенный анализ подчеркивает важность лексикографии как инструмента для фиксации и понимания языковых изменений, вызванных значительными социальными событиями, такими как пандемия COVID-19. Исследование показало многообразие лексикографических ресурсов и подходов, а также подтвердило необходимость дальнейшего изучения и систематизации неологизмов, появляющихся в результате глобальных кризисов.

ГЛАВА III. МОДЕЛИРОВАНИЕ ОДНОЯЗЫЧНОГО СЛОВАРЯ НЕОЛОГИЗМОВ COVID-19 НА БАЗЕ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА

3.1. Исследование перспективы пользователей словаря ковида

Словарь – это явление общественное. Он играет важную роль авторитетного советчика, регламентируя употребление и жизнь языка в рамках определённой нормы. Как говорил исследователь В.Г. Гак: лексикограф говорит не вполне «от своего имени», он выступает как посредник между обществом – коллективным носителем речи – и индивидуумом, который, обращаясь за справкой к словарю, как бы задаёт вопрос лексикографу. Ответы лексикографа (носителя коллективного знания) воспринимаются как более или менее обязательные предписания для читателей словаря, поскольку «словарь предназначен для того, чтобы устранить расхождение между индивидуальным знанием и знанием всего коллектива» [Гак, 1977: 12].

Словари, как свидетели уровня цивилизации и развития народа, фиксируют состояние и уровень производства, развития философских, политических, религиозных, научно-технических, общественных и других мыслей носителей описываемого языка. В то же время словарь может представлять собой отражение культуры, научных достижений в определённый период исторического развития.

В современной лексикографии словари создаются с учётом новых потребностей, нового адресата и актуальных лингвистических воззрений. «Постепенно составители словарей и издатели стали учитывать запросы и нужды пользователя при создании словарей, что существенно изменило лексикографическую парадигму в сторону усиления роли читателей» [Карпова, 2022].

Обычно люди обращаются к словарям за конкретной информацией, чаще всего за значением слова [Finegan, 2024]. Вопросы о правомерности или даже существовании того или иного выражения могут побудить пользователя

обратиться к словарю. Также, читатели прибегают к словарям, когда им необходимо узнать написание или произношение слова. Помимо всего вышеупомянутого, люди могут обращаться к словарям, чтобы проверить свое понимание несколько знакомого слова, узнать значение слова, которое они, возможно, не знали ранее или в конкретном, вызывающем недоумение контексте.

Осознавая, что пользователи обращаются к словарям в первую очередь за значением слова, составители словарей понимают, что смыслы, передаваемые в словарной статье, могут быть сложными для расшифровки или относительно прозрачными, в зависимости от взглядов составителя на работу и ее целевой аудитории. Например, на первый взгляд английское слово «situation» кажется совершенно нейтральным, но изучение большого количества контекстов с этим словом показывает, что оно обычно встречается в контекстах, передающих негативные события, факты или признаки, которые вызывают негативные ассоциации и несут негативную семантическую нагрузку.

При создании любого нового словарного продукта необходимо опираться на существующие лексикографические традиции. Каждый словарь ориентирован на определённого читателя, учитывает особенности описываемого языка, нужность данных лексикографических трудов в данное время.

Будущий словарь неологизмов COVID-19, по-нашему мнению, должен быть прагмаориентированным, то есть быть направленным на практическую пользу, доступным и адаптированным под нужды пользователей. Другими словами, нам, как лексикографам, необходимо учитывать, какой аудитории словарь предназначен, для чего он будет использоваться и каким образом должен фиксировать неологизмы, чтобы сделать словарь полезным в реальных условиях [Fuertes-Olivera, 2018].

Одной из первостепенных задач современных лексикографов является удовлетворение нужд и требований сегодняшних пользователей словарей

[Карпова, Коробейникова, 2006]. Разнообразные лексикографические разработки так или иначе выполняют важную роль в лингвистике – отражают реальное и актуальное состояние языка. Важную ценность несут в себе такие издания, которые направлены на фиксацию нового лексического материала. Глобальные изменения в мире происходят ежедневно, стремительное развитие науки и техники, изменения в общественной и политической жизни, а также многое другое оказывает существенное влияние на любой живой язык. Данные события приносят изменения не только в привычную жизнь людей, но и в национальный язык, который отражает актуальные явления новой реальности. Как уже подчёркивалось ранее, именно неологизмы помогают обществу в процессе адаптации к современному состоянию действительности. Недостаток словарных продуктов по данному направлению на современном рынке лексикографии побудил нас к созданию собственного словарного проекта, направленного на описание новой лексики, активно употребляемой в контексте заболевания COVID-19, новой коронавирусной инфекцией, которая с конца 2019 года и по настоящее время актуальна для большого количества людей из разных точек мира.

Создание любого словарного продукта не может обойтись без изучения перспектив пользователя. Важно чётко понимать предполагаемого адресата словаря и его цели в использовании данного инструмента [Карпова, 2024]. Составление профиля пользователя словаря необходимо для правильного выявления лексикографически подходящих потребностей пользователя. Целью создания профиля является определение важных аспектов будущего словаря (формат размещения заглавных слов, организация лексикографических данных и т.д.). Именно пользователь определяет каким будет будущий словарь.

До недавнего времени пользователи словарей, как бы странно это ни звучало сегодня, обычно не занимали центрального места в процессе создания словарей. Вместо этого основное внимание уделялось содержанию словаря, а зачастую и тому, как уместить многое в удобное физическое пространство.

Импульсом к изменениям, как правило, считается работа Кл.Л. Барнхарта [Barnhart, 1962], в которой внимание было обращено на пользователей словарей. Постепенно составители словарей начали признавать, что пользователи не обязательно понимают все условности, связанные с представлением лексикографических данных. Некоторые из этих условностей продиктованы соображениями экономии места, другие являются частью лексикографической традиции. Со временем становится все более очевидным, что большинство людей обладают ограниченными навыками работы со словарями, и этот факт должен определять решения о том, как составляются словари и как должны представляться лексикографические данные. Такое суждение соответствует взгляду на словари как на инструменты, предназначенные в первую очередь для помощи пользователям в решении задач, связанных с языком.

По словам лексикографа Р. Лью (R. Lew) существует несколько способов учета потребностей пользователей при разработке и совершенствовании словарей. Один из них – попытаться предугадать, что может понадобиться пользователю, что ему нужно делать, что он может делать и какими навыками обладает. Другой – узнать мнение потенциальных пользователей лексикографических продуктах [Lew, 2015].

Один из типов вопросов, которые задают в исследованиях пользователей, касается их личности и профессии. Если словарь должен быть разработан с учетом специфики пользователей, то лексикографам необходимо иметь представление о том, кем являются или могут быть эти пользователи словарей. Этот вопрос имеет несколько аспектов. Например, автор, предлагающий онлайн-словарь, может быть заинтересован в знании характеристик своих типичных пользователей, включая их демографические данные, языки, на которых они говорят на родном и неродном языке, уровень владения этими языками, уровень образования и т. д., с общей целью лучше удовлетворять их конкретные потребности. И наоборот, определение (предполагаемых) характеристик целевого пользователя на этапе

планирования помогает в разработке еще не существующих словарей, оснащая их лексикографическими данными, которые, вероятно, будут ожидать и использоваться, и представляя их таким образом, чтобы учесть уровень квалификации пользователей, который включает владение языком, металингвистическое понимание и навыки навигации по справочным материалам. Как правило, не стоит включать в словарь больше, чем может понадобиться пользователю для решения той или иной задачи, поскольку нерелевантный материал затрудняет поиск ценной информации [Там же].

В современной лексикографической парадигме словарь все чаще рассматривается как цифровой продукт. В разработку такого типа словаря можно включить сразу несколько типов данных или выборочно представить только те, которые актуальны в контексте конкретной ситуации использования. В данном случае существует несколько вариантов: либо словарь контролируется и настраивается пользователем (кастомизация), либо он сам адаптируется к потребностям пользователя без их сознательного вмешательства [De Schryver, 2003, 189]. Первый способ требует осознанного и опытного пользователя словаря, второй – успешного внедрения информации, основанной на том, что необходимо пользователям в тех или иных обстоятельствах.

Таким образом, изучение перспективы пользователя словаря – неотъемлемая часть создания нового лексикографического продукта. Нами был проведён анализ потенциальных пользователей будущего словаря. Далее рассмотрим результаты данного этапа исследования.

В период лета и осени 2024 года нами было опрошено 111 человек, 22 из которых являются действующими преподавателями Ивановского государственного университета 2 кафедр: зарубежной филологии и иностранных языков, а также 89 студентов-бакалавров, обучающихся по языковым направлениям Ивановского государственного университета. Процентное соотношение опрошенных указано на Рис. 6.

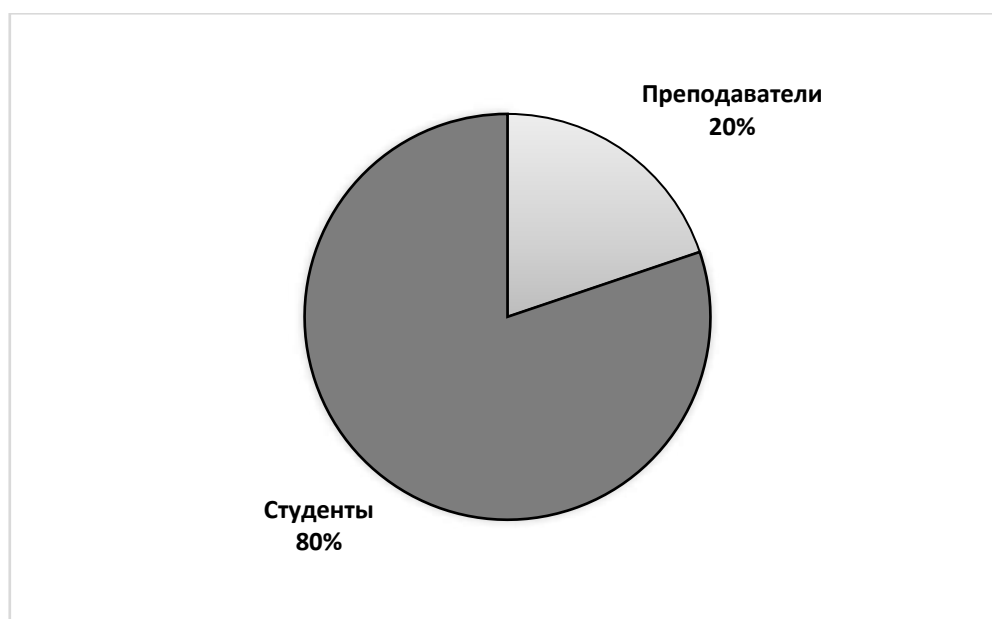


Рис. 6 Процентное соотношение опрошенных

Анкета, направленная на изучение ожиданий и потребностей пользователей будущего словаря, состояла из 7 вопросов (см. Приложение 2). Далее приведём полученные результаты исследования.

Второй вопрос опроса был посвящён определению удобного формата будущего словаря. Пользователям был задан следующий вопрос: *Какими форматами словарей вы пользуетесь? (Выберите один или несколько вариантов из списка, также можете указать свой)?* В ответах мы получили следующие данные (см. Рис. 7).

Какими форматами словарей вы пользуетесь? (Выберите один или несколько вариантов из списка, также можете указать свой)

111 ответов

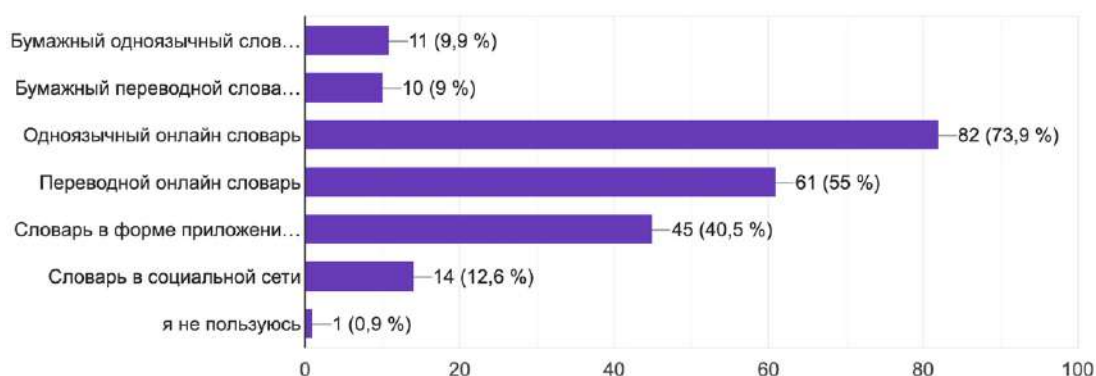


Рис. 7 Результаты ответов пользователей на Вопрос №2 анкеты

Как видим из результатов опроса, большинство пользователей (73,9%) предпочитают одноязычные онлайн словари в качестве удобных

лексикографических инструментов. При этом переводными онлайн словарями пользуется более половины опрошенных (61 человек, 55%). Также, 40,5% респондентов предпочитают словари в форме приложений для смартфона. Некоторые (14 человек) прибегают к словарям в социальных сетях. Всего 21 человек из общего числа опрошенных пользуется бумажными одноязычными и переводными словарями.

Ответы, полученные нами на данный вопрос, приводят к выводу о том, что актуальными в настоящее время для современных пользователей являются лексикографические разработки в сети Интернет. Данная информация послужит основой для дальнейшего формулирования собственной модели словаря.

Вопрос №3 в настоящем опросе был направлен на уточнение целеполагания современных пользователей при использовании словарей. (см. Рис. 8).

С какой целью вы чаще всего используете словари? (Выберите один или несколько вариантов из списка, также можете указать свой)
111 ответов

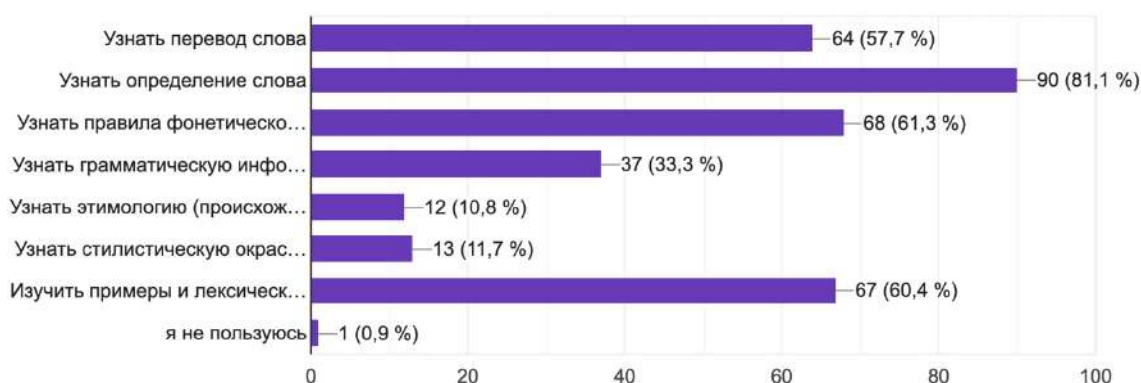


Рис. 8 Результаты ответов пользователей на Вопрос №3 анкеты

Результаты ответов на вопрос №3 настоящего исследования показывают, что большинство пользователей используют словари с целью поиска определения слова (81,1%). Порядка 60% респондентов отметили также, что обращаются к словарям для поиска перевода слова, правил фонетической транскрипции, а также примеров и лексического окружения слова. 33% опрошиваемых обращаются к словарям за грамматической информацией о лексической единице. 25 человек интересуются этимологическими и

стилистическими данными о слове. Основываясь на результатах полученных данных, мы можем сформировать важные аспекты будущей модели словаря: наличие определенных информационных разделов в микроструктуре (определение слова, фонетическая транскрипция, примеры употребления и ряд других помет).

Вопрос №4 неразрывно связан с предшествующим. Здесь пользователи отметили важные составляющие словарной статьи (см. Рис. 9).

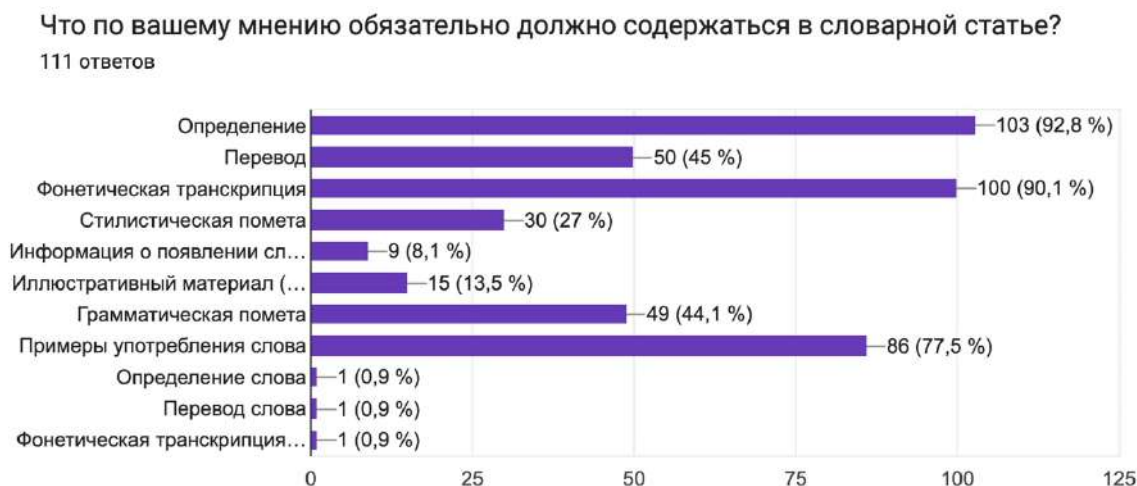


Рис. 9 Результаты ответов пользователей на Вопрос №4 анкеты

Полученные нами ответы на данный вопрос позволяют сделать выводы о том, что определение слова и его фонетическая транскрипция являются важными составляющими словарной статьи для большинства опрошенных (92% и 90% соответственно). 77,5 % пользователей также отмечают важность наличия в составе словарной статьи примеров употребления искомой лексемы. Менее половины респондентов считают включение перевода и грамматической пометы обязательными в состав микроструктуры словаря. Информация об этимологии слова и иллюстративные материалы важны для небольшого процента опрошенных.

Вопрос №5 был направлен на изучение осведомлённости пользователей о наличии на лексикографическом рынке разнообразия лексикографических разработок, связанных с ноологией и новой лексикой. Ответы респондентов на данный вопрос отражены на Рис. 10.

Пользовались ли вы когда-либо словарями новых слов (неологизмов)? Если да, то какими?

111 ответов

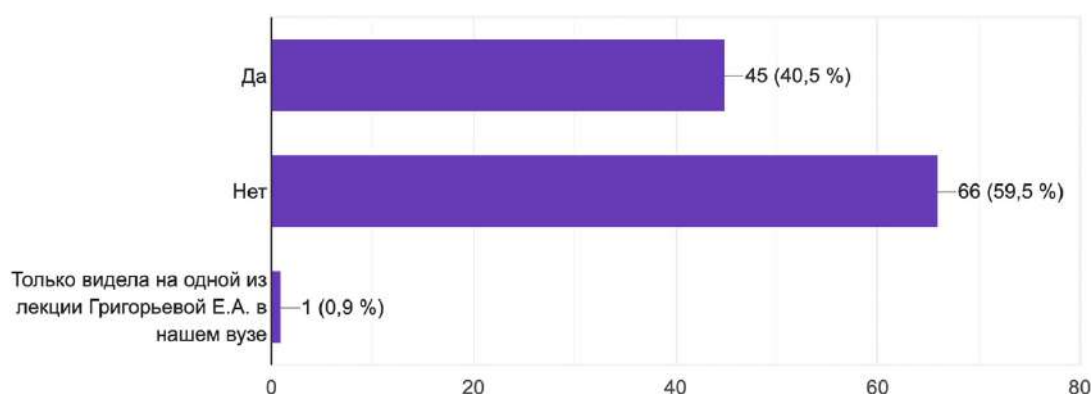


Рис. 10 Результаты ответов пользователей на Вопрос № 5 анкеты

В результате обработки ответов респондентов на данный вопрос мы получили следующие данные: более половины опрошенных (59,5%) ответили отрицательно на вопрос о том, использовали ли они когда-либо словари новых слов в своей деятельности. 40,5% студентов и сотрудников Ивановского государственного университета указали, что им приходилось пользоваться словарями новых слов, но не уточнили конкретные проекты. Полученные данные помогают нам понять, что часть будущей аудитории нового словарного продукта являются неподготовленными пользователями словарей неологизмов, что необходимо будет учесть при разработке модели словаря.

Следующий вопрос (№6): «Встречались ли вам словарные проекты в социальных сетях? (Например, Английский волонтерский политический словарь <https://vk.com/politicaldictionaryivsuv>)»?

Ответы на данный вопрос отражены на Рис. 11.

Встречались ли вам словарные проекты в социальных сетях? (Например, Английский волонтерский политический словарь <https://vk.com/politicaldictionaryivsuv>)

111 ответов

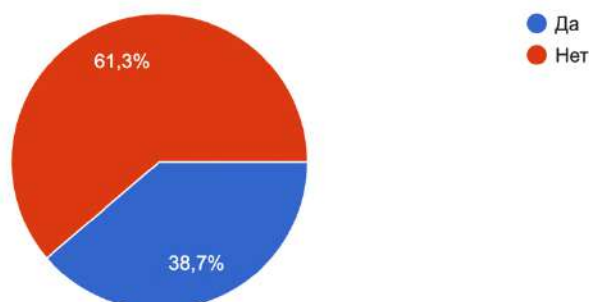


Рис. 11 Результаты ответов пользователей на Вопрос №6 анкеты

Ответы на Вопрос №7 схожи с результатами, полученными на Вопрос №4. 38,7% пользователей оказались знакомы со словарными проектами в рамках социальных сетей. 61,3% опрошенных при ответе на заданный вопрос высказались отрицательно. Аналитика полученных данных свидетельствует о популярности лексикографических продуктов, постепенном распространении словарных проектов в социальные сети и перспективности данных разработок.

Предпоследний, вопрос №8 был сформулирован следующим образом. Мы предоставили пользователям выбрать один наиболее удачный, по их мнению, вариант оформления словарной статьи неологизма «vaxxie». Рассмотрим данные версии. На Рис. 12 представлена первая версия словарной статьи.

VAXXIE. A selfie shot during a (Covid) vaccination injection. *E.g. Are You Ready for Your VAXXIE? - Healthcare professionals who've gotten the Covid-19 vaccine are posting selfies of themselves receiving the shots (The Cut, 2020).* URL: <https://www.thecut.com/2020/12/are-you-ready-for-your-vaxxie.html>

Рис. 12 Первый вариант словарной статьи неологизма «vaxxie», предложенный пользователям

Первый вариант словарной статьи включает заглавное слово, выделенное полужирным шрифтом. Следом представлено авторское определение неологизма. Курсивом выделен пример использования данного слова с указанием издания, года публикации и ссылки на источник.

Приведем второй вариант представления данного неологизма в словарной статье на Рис. 13.

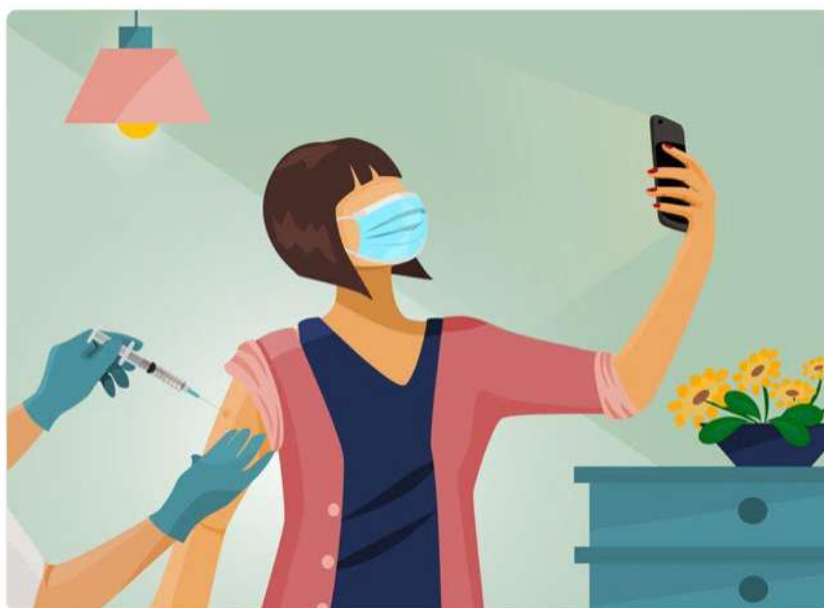
vaxxie

This term, coined in late 2020 during the COVID-19 pandemic, is defined as a selfie or other photo of someone getting vaccinated, often posted on social media. Actor Alan Alda (the founder of the Alan Alda Center for Communicating Science at Stony Brook University), who has spent much of the past decade helping scientists and health workers share messages about their work in clear and relatable ways, coined a new word for the coronavirus pandemic during a webinar at Duke University in December 2020. During the webinar, he suggested that everyday people take selfies, or 'vaxxies', of themselves getting vaccinated and post them on social media. This could help build confidence in the COVID-19 licensed vaccines during the pandemic.

Рис. 13 Второй вариант словарной статьи неологизма «vaxxie», предложенный пользователям

Второй предложенный нами вариант словарной статьи неологизма «vaxxie» включает заглавное слово, выделенное полужирным шрифтом, а также подробную историческую справку о появлении и вхождении в употребление слова.

Третий вариант словарной статьи был составлен нами в формате публикации на основе телеграм-канала. Приведем его на Рис. 14.



Vaxxie (n) ['væksɪ] *a composite of vaccination + selfie*
 - a selfie shot during a (Covid) vaccination injection

Are You Ready for Your VAXXIE? - Healthcare professionals who've gotten the Covid-19 vaccine are posting selfies of themselves receiving the shots. - The Cut

Рис. 14 Третий вариант словарной статьи неологизма «vaxxie», предложенный пользователям

В третьем варианте словарной статьи зафиксировано заголовочное слово, выделенное полужирным шрифтом. Далее в круглых скобках указана грамматическая помета слова. В квадратных скобках отражена фонетическая транскрипция. Следом идёт информация об истории появления слова, в данном случае неологизм сформирован путём смешения лексем «vaccination» и «selfie». Далее представлено краткое авторское определение слова, сопровождаемое примером со ссылкой на источник. В качестве иллюстрации нами было выбрано изображение, опубликованное в свободном доступе в сети Интернет и наглядным путём характеризующее неологизм.

Таким образом, респондентам нашего опроса было предложено выбрать один наиболее предпочтительный для них вариант представления словарной статьи неологизма «vaxxie». На Рис. 15 указаны полученные результаты.

Вам были представлены 3 словарных статьи. Выберите 1 наиболее предпочтительный вариант.

111 ответов

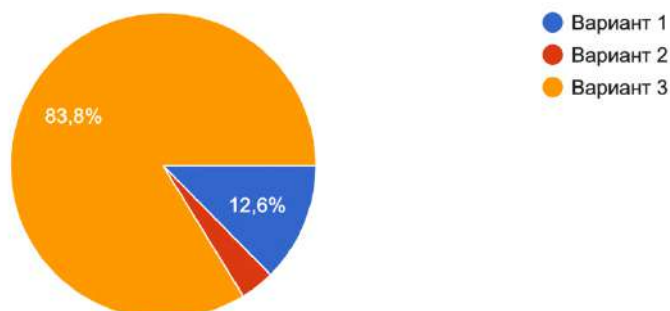


Рис. 15 Результаты ответов пользователей на вопрос о предпочтительном выборе лексикографического представления неологизма «vaaxie»

Как итогам опроса большинство участников опроса (83,8%) выбрали Вариант 3 как наиболее предпочтительный формат представления информации в словарной статье. За первый вариант проголосовало 14 человек из 111 опрошенных. Вариант 2 предпочли 4 человека.

В последнем (восьмом) вопросе нашего исследования мы поинтересовались у анкетированных, был бы им интересен бесплатный словарь неологизмов COVID-19, созданный на базе социальной сети, а именно на основе телеграм-канала. На Рис. 16 представлены полученные нами ответы.

Был бы вам интересен и удобен для пользования бесплатный словарь на базе телеграм-канала?

111 ответов



Рис. 16 Результаты ответов пользователей на Вопрос №8 анкеты

Согласно ответам респондентов, большинство ответило однозначным «Да» (67 опрошенных, 60,4% от общего числа участников). Еще 32 человека (28,8%) ответили, что скорее были бы заинтересованы. Отрицательно ответили 12 человек.

Результаты проведённого нами опроса, направленного на изучение ожиданий и предпочтений пользователей будущего словаря неологизмов, позволяет нам сделать следующие выводы:

1. Большинство современных пользователей предпочитают одноязычные словари в онлайн-формате;
2. Для большинства опрошенных микроструктура словарной статьи должна включать толкование, произносительную и грамматическую пометы, а также примеры употребления;
3. Большая часть опрошенных респондентов не встречалась со словарными проектами, связанными с неологизмами и основывающимся на базе социальных сетей, однако им был бы интересен такой словарный проект. Это важно учитывать при создании модели словаря;
4. Большинство опрошенных заинтересовано в использовании новых форматов представления словарных проектов, в том числе на основе социальных сетей.

3.2. Создание логико-понятийной схемы предметной области COVID-19

Процесс создания логико-понятийной схемы терминологии любой области способствует её регулированию. Исследователь И.П. Ивановская определяет логико-понятийную схему (ЛПС) как «совокупность взаимосвязанных понятий определённой отрасли знания, соотнесённую с системой объектов данной отрасли» [Ивановская, 2007, с. 228]. Как утверждают О.М. Карпова и Е.В. Щербакова, «моделирование многомерной понятийной модели специальности способно наиболее точно отобразить комплексные понятийные взаимосвязи между терминами в системе» [Карпова, Щербакова, 2005: 42].

Семантизация, в контексте лексикографии, — это процесс определения и объяснения значений слов. Это не просто дача формального определения, но и понимание того, как слово используется в языке, какие у него есть оттенки смысла, с какими другими словами оно связано и в каких ситуациях оно может употребляться.

Неологизмы, по определению, являются новыми словами или новыми значениями существующих слов. Их значения могут быть еще не устоявшимися, могут изменяться со временем, и могут иметь разные оттенки в разных контекстах. Семантизация позволяет зафиксировать эти значения на определенный момент времени и прояснить их для пользователей.

Семантизация помогает понять, в каком контексте возникло и используется новое слово. Это особенно важно, когда неологизмы связаны с конкретными событиями, например, с пандемией COVID-19. Понимание контекста помогает лучше интерпретировать значение слова.

Помимо семантизации лексики, важно её правильно упорядочить. Этот процесс необходим для организации словарных статей в определенную систему. Это может быть алфавитный порядок, семантическая классификация, морфологическая классификация, хронологическая организация, или их комбинация, утверждает автор терминографических исследований К.Я. Авербухом [Авербух, 2006].

Упорядочение позволяет пользователям легко находить нужные слова в словаре, а с точки зрения автора издания гарантировать полноту охвата лексики. Беспорядочный набор словарных статей делает словарь практически бесполезным.

Кроме того, упорядочение лексики (например, семантическая классификация) даёт возможность увидеть связи между словами, которые могут быть не очевидны при алфавитном расположении, что помогает пользователям понять, как неологизмы вписываются в общую систему языка.

Упорядочение придает словарю структуру, которая облегчает восприятие и усвоение информации. Пользователь понимает логику организации словаря и может использовать его более эффективно.

Семантизация и упорядочение лексики — это основа для создания логико-понятийной схемы словаря (абстрактной структуры, которая отражает связи и отношения между понятиями, которые представлены словами в словаре). Эта схема выходит за рамки простого перечисления и формирует единую концептуальную модель.

Новая лексика предметной области «COVID-19» начала развиваться с момента первого упоминания болезни в средствах массовой информации и социальных сетях и продолжает своё развитие по настоящее время. Как и любая другая лексическая область, она обладает рядом особенностей и взаимосвязей.

Процесс эскалации заболевания в 2020-2021 годах, а также массовое вакцинирование в 2022 году привело к развитию и обновлению лексического состава английского языка в рамках пандемии COVID-19. Активное обсуждение заболевания в социальных сетях, а также непрерывный поток публикаций в средствах массовой информации оказали влияние на приток новых слов, связанных с тематикой новой коронавирусной инфекции. Многообразие новой лексики, образованной на фоне заболевания, нуждается в упорядочении.

Таким образом, логико-понятийные схемы создаются с целью организации существующих данных. Они также широко используются в лексикографии и терминографии. Терминология — это не только набор определенных терминов, относящихся к определенной области знаний, но и система понятий (концептов), выраженных через термины [Авербух, 2006]. В основе каждой терминологии может существовать логико-понятийная схема.

Для наиболее полного охвата комплексной структуры ковидной лексики целесообразно выделить некоторые группы неологизмов.

Для создания ЛПС лексикографу необходимо провести исследование терминологии: выявить контекст/предметную область; определить свойства, характеризующие предметную область; выявить те свойства, которые становятся определяющими; составить понятия по итогу полученных характеристик.

Исследование лексических единиц и составленный авторский список показали, что в ЛПС словаря неологизмов COVID необходимо включить следующие области: «Медицина», «Работа», «Люди», «Девайсы», «Общение», «Развлечения» (см. Рис. 17).



Рис. 17 ЛПС лексики из области новых слов COVID-19

Самой масштабной предметной областью нашей логико-понятийной схемы стала «Медицина», что обусловлено характером события – появление нового серьезного заболевания мирового масштаба породило множество лексических единиц, связанных с вариантами названия вируса: «Covid-19» («COVID-19»), «SARS-CoV-2», «coronavirus disease 2019», «Miley Cyrus», «the rona». Появление вакцин также привело к созданию новых слов: «Pfizer BioNTech», «Moderna», «Johnson & Johnson’s Janssen», «AstraZeneca», «Novavax», «Sputnik V», «Convdecia», «Sinopharm (BBIBP)», «CoronaVac», «Covaxin (BBV152)», «Sinopharm (WIBP)», «CoviVac», «QazCovid-in»,

«EpiVacCorona», «RBD-Dimer». «Sanny» – для сокращенного обозначения слова «sanitizer». Пандемия привела к появлению такого типа угревой сыпи как «maskne», появляющееся акне на лице после длительного ношения маски.

Пандемия привнесла глобальные изменения в жизни людей: работа из дома «WFH» (Working From Home), общение и развлечения перенеслись в онлайн-формат. В связи с этим нами были выделены такие терминологические группы как «Work» («Virtual Happy Hour», «corinacation», «staycation», «overzoomed» и т.д.); «Entertainment» («quarantine», «quarantine and chill», «doomscrolling», «covidéo party», «cluttercore»). Тематическая область «People» посвящена различным типам поведения человека, обусловленным психологическими факторами в период пандемии. Новые слова: «covidiot», «covidholic», «covillian», «covid boomer», «covidanoid» и т.д. несут в себе различные характеристики людей и их отношение к болезни. Группа «Devices» предоставляет пласт лексики, посвященной новым изобретениям, созданным в период пандемии, а также сленговые названия некоторых вещей: «isodesk», «isobar», «Covid-Tech», «Hands-free door opener» и т. д.

Раздел «Communication» посвящен типам коммуникации людей в условиях всеобщего карантина и самоизоляции: «quaranteam», «Zoombombing», «infodemic», «quarantine shaming» и т. д.

Новостные сайты достаточно часто обновляют информацию о процессе течения заболевания в разных странах мира, происходят новые вспышки заболеваемости. Ввиду непрерывного распространения обсуждений на тему COVID-19 в средствах массовой информации и социальных сетях, авторы не отменяют возможности появления новых терминологических групп в контексте пандемии.

Данная логико-понятийная схема, образованная на основе новой терминологии, служит важным этапом в создании модели англоязычного словаря неологизмов по тематике COVID-19, так как является основой для обеспечения структуры и организации будущего словаря, позволяя упорядочить словарные статьи (группирование по смыслу, тематике,

морфологической структуре и другим релевантным критериям). Логико-понятийная схема способствует в том числе раскрытию семантических связей, показывает, как различные понятия связаны друг с другом и как они формируют более крупные семантические поля. Пользователи в таком случае могут не только найти значение слова, но и увидеть его место в общей картине лексики, что особо важно при работе с неологизмами, где понимание контекста, происхождения и семантических связей помогает пользователям быстро интегрировать новые слова в свой лексикон.

На основе схемы можно изучать динамику изменения лексики, прослеживать, как появляются новые слова, как изменяются значения старых и как формируются новые семантические связи. Это особенно ценно при работе с неологизмами, поскольку позволяет исследовать языковые процессы, вызванные пандемией.

Создание логико-понятийной схемы — это фундамент, на котором строится качественный, полезный и удобный в использовании словарь. Она обеспечивает структуру, раскрывает семантические связи, уточняет значения, улучшает пользовательский опыт, поддерживает консистентность и служит основой для дальнейших исследований. Без такой схемы словарь становится просто набором слов, а не полноценным лингвистическим инструментом.

3.3. Моделирование авторского словаря неологизмов COVID-19

Современная лексикография антропоцентрична, при составлении любого словаря важно учитывать нужды потенциального пользователя лексикографической разработки. В первой параграфе данной главы мы провели исследование, по результатам которого выяснилось, что для современных пользователей словарей предпочтительным является онлайн формат представления лексического материала.

Опираясь на исследованные словари новых слов нового времени, можно прийти к выводу, что одноязычный формат отображения неологизмов —

наиболее удобен как для пользователей словаря, так и для авторов. Чтобы перевести неологизмы, они должны быть переосмыслены и выражены на другом языке прямо или через объяснение. Если общественно политические события не имеют прямого переводного эквивалента, их можно описать или передать в орфографической или фонетической форме.

Перевод неологизмов с английского на русский представляет собой большую проблему, так как в процессе перевода сопоставляются различные культуры и языковые системы. Тексты рассчитаны на восприятие носителя языка, исходя из его психологии, доступного объема информации и социокультурных условий.

В современном мире все чаще появляются новые слова, что усложняет перевод. Таким образом, важно не только учитывать контекст, но и понимать, когда определенный неологизм может быть использован. Большинство новых слов в английской лексике составляют имена существительные, если рассматривать особенности формирования неологизмов. Когда количество названий различных предметов, явлений, технологий и понятий увеличивается в современном мире, именно за счет существительных пополняется толковый словарь английского языка.

С учётом всего вышеперечисленного, нами было принято решение не включать перевод неологизмов на русский язык в словарную статью будущего лексикографического продукта. Таким образом, на данный момент можно обозначить тип будущего словаря – одноязычный (английский) онлайн словарь.

Следующим важным шагом является формирование словарной статьи. Наполнение контента словарной статьи является результатом проведённого опроса потенциальных пользователей словаря. По итогам анкетирования большинство рецензентов отметило основные составляющие словарной статьи: заглавное слово, фонетическая помета, грамматическая помета, дефиниция и примеры употребления лексической единицы. Данная структура

по-нашему мнению является оптимальным для словарной статьи и даёт объективную и широкую описательную картину нового слова.

Заглавное слово в будущем словаре будет представлено в канонической форме и выделено полужирным шрифтом, что упростит поиск неологизмов в словнике. Фонетическая помета слова выделяется нами самостоятельно на основе правил чтения английского языка, консультирования с авторитетными словарями, аудио источниками, а также по результатам прослушивания примеров употребления слова.

Что касается определения новой лексической единицы, нами будет проделана работа по сбору значений и примеров употребления слова в разных контекстах: новостных статьях, социальных сетях, блогах, научных публикациях, разговорной речи и т.д. Далее, на основе собранных данных будет определено основное значение слова, его семантическое ядро. При необходимости может потребоваться разложить значение слова на более мелкие смысловые компоненты (семы). Немаловажный шаг – определение коннотаций (позитивных, негативных, нейтральных) или эмоциональной окраски с помощью стилистической пометы. В работу над формированием дефиниции нами также будет включено изучение уже существующих определений слова в авторитетных словарях (при наличии). Определение должно быть максимально ясным и точным, чтобы любой пользователь мог понять значение, не зная контекста. Даже если лексическая единица имеет специальное или узкое применение, определение должно быть понятно неспециалистам.

Выбор примеров для словаря— это ключевой этап, который напрямую влияет на качество и полезность словаря. Правильно подобранные примеры помогают не только понять значение нового слова, но и увидеть его в реальном, живом контексте. Пример для словарной статьи должен удовлетворять нескольким важным критериям. Он должен быть ясным, информативным и репрезентативным. Среди основных принципов подбора примеров мы выделяем:

1. Достоверность. Пример должен быть взят из реального источника, чтобы показать, как слово действительно используется в языке. Такими источниками могут быть новости, блоги, соцсети, научные публикации и даже разговорные тексты.

2. Контекстуальность. Пример должен включать достаточно контекста, чтобы слово можно было легко понять в ситуации использования. Если фраза слишком короткая, значение может быть неясным.

3. Однозначность. Пример не должен оставлять сомнений в значении слова. Если контекст двусмысленный или не раскрывает точного смысла неологизма, это плохой выбор.

4. Естественность. Пример должен звучать естественно, чтобы пользователь словаря не сомневался в том, что этот термин — часть живого языка.

5. Фокусировка на слове. В предложении должно быть видно, что пример иллюстрирует именно выбранный неологизм, а не просто случайно упоминает его. Необходимо добиться того, чтобы слово выделялось и было центром внимания.

6. Доступность аудитории. Словарь рассчитан на широкий круг пользователей, поэтому необходимо избегать слишком сложных или специализированных примеров. Они могут быть непонятны и запутать читателя.

Для редко употребляемых неологизмов важно указывать их происхождение и источник, а также указывать их окказиональный характер при формировании словарной статьи.

Примеры будут взяты из коллекции корпусов текстов English Corpora (Coronavirus Corpus) [URL: <https://www.english-corpora.org/corona/>], а также WebCorp [URL: <https://www.webcorp.org.uk/>] где фрагменты текстов публикуются из средств массовой информации с указанием даты публикации, что поможет нам добавить ссылку на источник примера и дать возможность пользователям ознакомиться с оригинальным материалом СМИ, откуда он был

взяты. Примеры должны демонстрировать типичное и наиболее распространенное употребление слова.

В качестве онлайн-платформы для будущего словаря нами была выбрана социальная сеть Телеграм. Данная программа позволяет пользователям не только обмениваться личными сообщениями, но и создавать телеграм-каналы, где авторы публикуют собственный контент. При этом, пользователи могут подписываться на телеграм-каналы, оставлять комментарии и эмоции к публикациям. При подписке на телеграм-канал, пользователям приходят уведомления о новых публикациях. В следующем параграфе рассмотрим пример словарной статьи в созданном нами телеграм-канале.

3.4 Описание модели словаря новых слов в телеграм-канале

В рамках опроса респондентов в параграфе 3.1 настоящей работы мы представили пользователям 3 различных словарных статьи (см. рис. 12-14). По результатам опроса пользователей (83.8%) наиболее предпочтительным оказался вариант словарной статьи, разработанный на основе телеграм-канала. Проанализируем другой пример словарной статьи, опубликованный нами по адресу @covidophile на платформе Telegram.



Trikini (n) [trɪ'ki:nɪ]

- a bikini with a colour-matched face mask.

The trikini is still available and we will continue ”
to produce them. - NBC New York

Рис. 18 Словарная статья неологизма «trikini» в социальной сети Telegram

На Рис. 18 представлена словарная статья неологизма «trikini», который стал популярен в начале лета 2020 года. «Trikini» — это особый тип бикини, где третьим элементом купальника является защитная маска, которая сочетается с цветом купальника. Маски стали одним из главных атрибутов коронавирусной инфекции и на данную тематику существует ряд других новых слов, как например, «mask covidian», «mask diplomacy», «mask up», «mask-shaming», «masker», «pro-masker», «maskhole», «maskless», «masklessness», «maskne», «maskomania» и «masculinity».

Заглавное слово «trikini» в словарной статье выделено полужирным шрифтом. Далее в круглых скобках указана грамматическая помета, а именно часть речи данного неологизма. В квадратных скобках указана фонетическая транскрипция. Новая строка словарной статьи начинается с краткого авторского определения неологизма на английском языке. Так как данное слово отсутствует во всех авторитетных словарях английского языка, выделенное нами определение основывается на информации в публикациях средств массовой информации (People [Flanagan, 2020], New York Post [O'Neill, 2020], NBC New York [Newcomb, 2020], IL GLOBO [Egan, 2020]). В отдельный блок

выделяется пример, для обозначения которого в телеграм-канале существует функция «Цитата». После определения следует источник примера, выделенный синим шрифтом. Данный шрифт определяет функцию «Ссылки», таким образом пользователи могут кликнуть на текст и, при помощи встроенной гиперссылки, перейти на оригинальный сайт, где опубликован полный текст статьи. Данная словарная статья также сопровождается изображением купальника «trikini», которое помогает пользователям наглядно ознакомиться с данным примером феномена ковидной эпохи.

Приведем модель словника словаря, который находится в разработке (см. рис. 19).

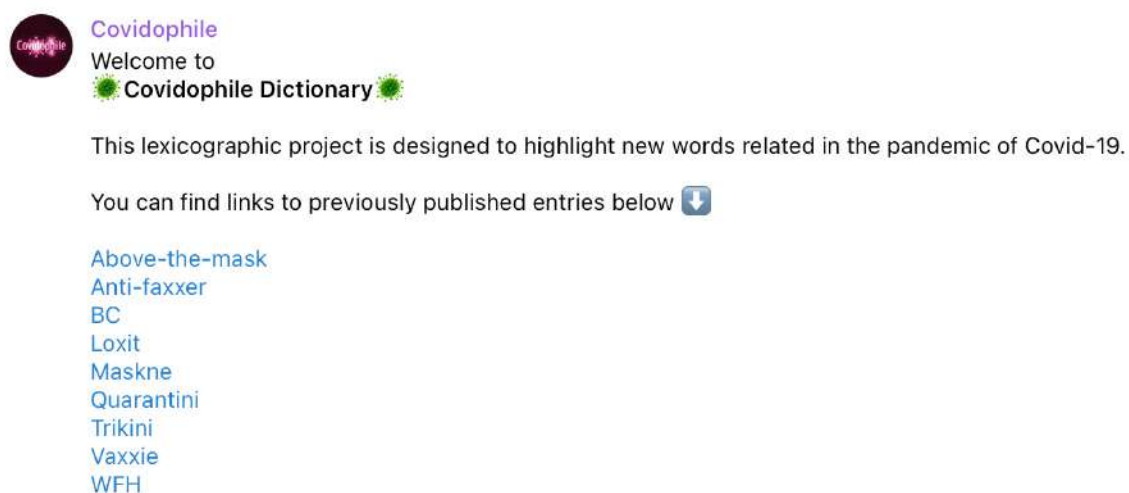


Рис. 19 Словник словаря неологизмов COVID-19

Данная публикация включает приветствие пользователей и кратко описывает назначение словаря. Далее в алфавитном порядке представлен список ранее опубликованных словарных статей в формате гиперссылок. Пользователи могут кликнуть на каждую словарную статью и перейти на неё автоматически. Данная функция не только отражает актуальные публикации в словаре, но и значительно упрощает навигацию пользователей по словнику. Список опубликованных словарных статей может быть отредактирован в любой момент времени так как пополнение словника может осуществляться в процессе разработки словаря.

Пользователи словаря могут оставлять комментарии и реакции под каждой словарной статьей, что делает нашу разработку интерактивной.

Читатели, таким образом, могут активно участвовать в обсуждении, делиться своим мнением, оставлять комментарии, добавлять примеры и т. д.

В настоящее время нами собран материал словаря, состоящий из 677 разнообразных лексических единиц по тематике COVID-19 (см. Приложение 3).

Предлагаемый читателям словарь неологизмов является авторской лексикографической разработкой и отличается актуальностью и современностью изучаемого материала. Создание данного труда подкрепляется желанием автора выделить особый пласт лексики, сформированный под влиянием экстралингвистических факторов (появление новых реалий); выявить основные принципы создания неологизмов. Новые слова получают четкое толкование на английском языке, а также иллюстративные примеры, взятые из англоязычных СМИ.

Словарь может быть применим в учебных целях. Материал, собранный в работе, может стать наглядным пособием для изучения принципов создания неологизмов, отражения особенностей современного функционирования лексических единиц в речи. Соответственно, в круг будущих пользователей могут входить студенты языковых вузов, лексикографы и люди, изучающие английский язык.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ III

В данной главе нами была определена основная целевая группа респондентов – студенты и преподаватели Ивановского государственного университета, активно применяющие английский язык в своей профессиональной деятельности. Проведённый анализ перспективы потенциальных пользователей словаря показал, что онлайн формат одноязычных и двуязычных словарей является предпочтительным для современных читателей. Были сформированы основные составляющие словарной статьи. В то же время, многие пользователи ранее не встречались со словарями в социальных сетях и словарями неологизмов, что даёт нам право полагать о недостаточной развитости данных направлений в лексикографии. При этом пользователи открыты к новым словарным проектам в социальных сетях, так как около 88% опрошенных выразили свой интерес к проекту словаря на основе телеграм-канала.

В рамках создания модели словаря новых слов, нами была создана логико-понятийная схема лексического поля неологизмов COVID-19. Были выделены основные тематики и сферы употребления новой лексики.

В настоящей главе нами была также сформирована модель словарной статьи будущей лексикографической разработки, посвящённой неологизмам COVID-19. На примере нового слова «trikini» нами было показано, как может выглядеть словарная статья, созданная на основе телеграм-канала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование посвящено комплексному анализу неологизмов, возникших в английском языке в контексте пандемии COVID-19, и их лексикографическому отражению. В работе рассмотрены теоретические и практические аспекты неологии, процессы образования новых слов, их адаптация в языке, а также предложена инновационная модель словаря неологизмов, адаптированная для цифровой среды. Результаты исследования позволяют сделать следующие выводы.

Исследование подтвердило, что неология как наука о новых словах играет ключевую роль в изучении языковых изменений, особенно в условиях глобальных социальных и технологических трансформаций. Пандемия COVID-19 стала катализатором для появления множества неологизмов, отражающих новые реалии в медицине, экономике, политике, социальной жизни и культуре. Вынужденная изоляция людей также внесла коррективы в процесс появления и распространения неологизмов через интернет, социальные сети и мессенджеры. Установлено, что неологизмы COVID-19 формируются преимущественно в результате творческого начала людей через такие словообразовательные модели, как заимствования, словосложение, блендинг, усечение и аббревиация. Эти процессы демонстрируют высокую продуктивность и адаптивность языка в условиях стремительных изменений.

В ходе исследования предложена и описана классификация неологизмов COVID-19, которая охватывает различные тематические группы: медицинские термины, социальные практики, технологии, экономические явления и эмоциональные реакции. Такая систематизация позволила не только упорядочить новый лексический материал, но и выявить закономерности в его образовании и использовании. Было установлено, что неологизмы COVID-19 отражают не только новые понятия, но и изменения в общественном сознании и поведении.

Исследование подтвердило актуальность лексикографического подхода к изучению неологизмов, особенно в условиях быстрого изменения языковой реальности. Анализ существующих словарей и глоссариев, посвящённых COVID-19, позволил выявить их сильные и слабые стороны. Особое внимание уделено корпусной лексикографии, которая предоставляет мощный инструментарий для изучения частотности и контекста употребления новых слов. Таким образом, исследование подтверждает, что современная лексикография всё больше ориентируется на цифровые форматы и потребности пользователей, превращаясь из продукта в услугу.

Одним из ключевых результатов исследования является разработка авторской модели словаря неологизмов COVID-19, адаптированной для функционирования в социальной сети Telegram. Данная модель сочетает традиционные лексикографические принципы с современными цифровыми технологиями, что позволяет оперативно обновлять словарные статьи, включать мультимедийные элементы и обеспечивать интерактивное взаимодействие с пользователями. Корпус словаря в настоящий момент включает ряд лексических единиц, каждая из которых снабжена грамматическими пометами, дефинициями, примерами употребления и ссылками на источники. Модель словаря апробирована на аудитории, что подтвердило её востребованность и перспективность. В перспективе возможно постепенное описание всех отобранных неологизмов ковид.

Представляется, что разработанная модель словаря может служить образцом для создания аналогичных лексикографических продуктов в других языках или для других тематических групп лексики. Кроме того, исследование вносит вклад в развитие волонтерской лексикографии, демонстрируя возможности использования социальных сетей для лексикографической работы.

Исследование подтвердило, что неологизмы COVID-19 являются важным объектом лингвистического анализа, отражающим динамику языковых изменений в условиях глобальных кризисов. Лексикографический

подход к изучению этих новообразований позволяет не только фиксировать новые слова, но и исследовать их влияние на язык и культуру. Разработанная модель словаря неологизмов COVID-19 демонстрирует потенциал цифровых технологий для лексикографии и может служить основой для дальнейших исследований в этой области.

В заключение можно сказать, что проведённое исследование вносит значительный вклад в развитие неологии и лексикографии, предлагая новые подходы к изучению и систематизации неологизмов в условиях цифровой эпохи. Результаты работы имеют как теоретическую, так и практическую ценность, открывая новые перспективы для дальнейших исследований в области языковых изменений и лексикографической практики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

I. Список использованной литературы

1. Авербух К.Я. Общая теория термина / К.Я. Авербух. – М.: Издательство МГОУ, 2006. – 252 с.
2. Алаторцева С.И. Проблемы неологии и русская неография : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Алаторцева Светлана Ивановна. – СПб., 1998. – 317 с.
3. Алимова Р.Р. Неология в современном испанском газетно-публицистическом дискурсе: деривационные и лексико-семантические процессы : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.05 / Алимова Рушания Рашитовна. – М., 2013. – 215 с.
4. Ахренова Н.А. Доминанты современной интернет-лингвистики : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Ахренова Наталья Александровна. – Мытищи, 2018. – 363 с.
5. Ахренова Н.А. Особенности репрезентации концепта Covid-19 / Н. А. Ахренова // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2021. – № 4. – С. 108-121.
6. Блумфилд Л. Язык / Л. Блумфилд ; пер. с англ. – 4-е изд. – М.: ЛИБРОКОМ, 2010. – 608 с.
7. Болдакова В.П. «Неологический бум» — современное состояние английского языка / В.П. Болдакова // Инновации в науке : сборник статей по материалам VI международной научно-практической конференции. – Новосибирск : СибАК, 2012. – № 6. – С. 20-25.
8. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке / А.А. Брагина. – СПб.: Наука, 2015. – 318 с.
9. Буцева Т.Н. Лексикография в ситуации неологического экстрима (на материале неолексики, связанной с пандемией коронавируса) / Т. Н. Буцева, А.В. Зеленин // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2020. – № 6(99). – С. 86-105.

- 10.Васильев А.Д. Слово в телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российском телевидении / А.Д. Васильев. – Красноярск: СибЮИ МВД России, 2018. – 166 с.
- 11.Васильева Г.М. Лингвокультурологические аспекты русской неологии : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Васильева Галина Михайловна. – СПб., 2001. – 413 с.
- 12.Виноградов В.В. История слов / В.В. Виноградов ; Рос. акад. наук, Отд-ние лит. и яз., Науч. совет "Рус. яз.", Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – М., 1999. – 1138 с.
- 13.Воробьёва И.А. Понятие «неологизм», классификация неологизмов в английском языке / И.А. Воробьёва // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. – № 3 (101). – С. 158-166.
- 14.Воронцова И.А. Современные практики англоязычной онлайн-лексикографии / И. А. Воронцова // Верхневолжский филологический вестник. – 2022. – № 1(28). – С. 186-194.
- 15.Воскресенская Н.А. К вопросу о перспективах выживания covid-неологизмов в современном английском языке / Н. А. Воскресенская, О. О. Гулик // Научный диалог. – 2021. – № 11. – С. 50-62.
- 16.Воскресенская Н.А. Семантическая типология лексики пандемии : ковид-неологизмы в английском, французском и немецком языках / Н. А. Воскресенская, О. О. Гулик, Т. С. Малышева // Научный диалог. – 2022. – Т. 11, № 3. – С. 44-61.
- 17.Гак В.Г. О некоторых закономерностях развития лексикографии (учебная и общая лексикография в историческом аспекте) / В.Г. Гак // Актуальные проблемы учебной лексикографии. – М., 1977. – С. 11-27.
- 18.Гак В.Г. О современной французской неологии / В.Г. Гак // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука, 1978. – С. 37-52.
- 19.Гацалова Л.Б. Неология как наука в общей парадигме современного языкознания (на материале русского и осетинского языков) : дис. ... д-ра

- филол. наук : 10.02.19 / Гацалова Лариса Борисовна. – Нальчик, 2005. – 521 с.
20. Голев Н.Д. Обыденное и профессиональное лексикографиирование: аспекты и оппозиции / Н.Д. Голев // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты : коллективная монография / отв. ред. Н.Д. Голев. – Кемерово, 2010. – Ч. 3. – С. 219-251.
21. Денисов К.М. Англоязычная лексикография в эпоху компьютерных технологий / К.М. Денисов // Влияние новейших технологий, СМИ и Интернета на образование, язык и культуру : сборник статей по материалам Всероссийской (с международным участием) научно-практической студенческой конференции, Москва, 28 ноября 2019 года / под общ. ред. Л.Д. Торосян, Г.Г. Слышкина. – М. : Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2020. – С. 213-220.
22. Дубичинский В.В. Теоретическая и практическая лексикография / В.В. Дубичинский. – Вена – Харьков, 1998. – 160 с.
23. Дударева В.Н. Неология и неография немецкого языка: к истокам становления и развития / В.Н. Дударева // Русская академическая неография (к 40-летию научного направления лингвистических исследований) : материалы конф. / Институт лингвистических исследований РАН. – СПб. : Наука, 2006. – С. 17-20.
24. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка / В.И. Заботкина. – М. : Высшая школа, 1989. – 126 с.
25. Забродина И.К., Яковлева Е.А. История развития зарубежной неологии (на примере немецкого, французского, китайского языков) / И.К. Забродина, Е.А. Яковлева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 4 (34), Ч. II. – С. 95-97.
26. Ивановская И.П. Установление понятийно-терминологической эквивалентности в процессе обучения переводу / И. П. Ивановская // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). – 2007. – № 2(18). – С. 178-183.

- 27.Избицкая М.В. Современные тенденции в неологии: типология образования неологизмов и лексикографическая практика (на материале новой английской лексики из сферы «Культура» в электронных волонтерских словарях) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Избицкая Мария Владиславовна. – Тверь, 2020. – 214 с.
- 28.Карпова О.М. Английская лексикография : учебное пособие для студентов филологических факультетов высших учебных заведений / О.М. Карпова. – М. : Академия, 2010. – 176 с.
- 29.Карпова О.М. Волонтерская лексикография (на материале толково-энциклопедического словаря "Florence in the worksof World Famous people") / О. М. Карпова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2020. – № 1. – С. 29-34.
- 30.Карпова О.М. Новые вызовы современной английской лексикографии / О. М. Карпова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2018. – № 3. – С. 24-28.
- 31.Карпова О.М. Новые подходы к изучению общих и частных проблем исторической лексикографии / О. М. Карпова // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. – № 1(12). – С. 98-101
- 32.Карпова О.М. Словари языка писателей с точки зрения перспективы пользователей / О.М. Карпова // Теоретические и практические аспекты лексикографии : межвузовский сборник научных трудов / отв. ред. О.М. Карпова. – Иваново : ИвГУ, 1997. – С. 18-27.
- 33.Карпова О.М. Цифровая лексикографическая парадигма (на материале новых словарей английского языка) / О.М. Карпова // Современная германистика и западноевропейская литература : монография / под ред. А.В. Иванова, В.М. Бухарова. – М. : Флинта, 2022. – Вып. 4. – С. 273-294.
- 34.Карпова О.М. PR : проблемы терминографического описания : монография / О. М. Карпова, Е. В. Щербакова ; О. М. Карпова, Е. В.

- Щербакова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Иван. гос. ун-т.
– Иваново : Изд-во Иван. гос. ун-та, 2005. – 183 с.
- 35.Карпова О.М., Коробейникова О.В. Словарь как лингвистическая компетенция нации / О.М. Карпова, О.В. Коробейникова // Языки в современном мире : материалы V международной конференции (МГУ им. М.В. Ломоносова, НОПриЛ, NAAL). – М. : Книжный дом «Университет», 2006. – С. 319-324.
- 36.Касьянова Л.Ю. Семантическая неологизация в русском языке конца XX - начала XXI века / Л. Ю. Касьянова // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2006. – № 5(56). – С. 5-10.
- 37.Кибрик А.Е. Типологические исследования: проблемы и перспективы / А.Е. Кибрик. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 465 с.
- 38.Козырев В.А., Черняк В.Д. Лексикография русского языка : век нынешний и век минувший : монография / В.А. Козырев, В.Д. Черняк. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2015. – 631 с.
- 39.Козырев В.А., Черняк В.Д. Русская лексикография : пособие для вузов / В.А. Козырев, В.Д. Черняк. – М. : Дрофа, 2004. – 288 с.
- 40.Котелова Н.З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов / Н.З. Котелова // Новые слова и словари новых слов. – Л., 1978. – С. 8-22.
- 41.Котелова Н.З. Теоретические аспекты лексикографического описания неологизмов / Н.З. Котелова // Советская лексикография. – М., 1988. – С. 8-30.
- 42.Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва / М. Кронгауз. – М. : АСТ : CORPUS, 2017. – 512 с.
- 43.Крылов С.А. Проблемы общей фонетики / С.А. Крылов. – М. : Наука, 1982. – 200 с.

- 44.Лаврова Н.А. Неологические контаминанты и их словарная репрезентация / Н. А. Лаврова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2010. – Т. 1, № 1. – С. 129-136.
- 45.Лыков А.Г. Русское окказиональное слово в аспекте теории и методики / А.Г. Лыков. – М. : Наука, 1990. – 145 с.
- 46.Маник С.А. Насущный вопрос современной лексикографии: словарь или корпус? / С.А. Маник // Теория и практика иностранного языка в высшей школе : сборник научных статей / отв. ред. Р.И. Бабаева. – Иваново : Ивановский государственный университет, 2021. – С. 95-105.
- 47.Маник С.А. Неологизмы vs неоползмы в английской общественно-политической терминологии / С. А. Маник // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2016. – № 2(14). – С. 57-63.
- 48.Маник С.А. Современная корпусная лексикография: особенности и перспективы развития / С. А. Маник // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – № 3(9). – С. 17-20.
- 49.Михайлова Ю.Л. Неологизация как элемент пополнения словарного состава английского языка XXI века / Ю. Л. Михайлова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 9-2(75). – С. 129-131.
- 50.Михеева Е.И. Дефиниция понятия «неологизм» в современном языкознании / Е.И. Михеева // Инновационные технологии в обучении и производстве : материалы V Всероссийской научно-практической конференции, г. Камышин, 4-6 декабря 2008 г. – Камышин, 2008. – Т. 3. – С. 155-159.
- 51.Морковкин В.В. Антропоцентрический versus лингвоцентрический подход к лексикографированию / В.В. Морковкин // Национальная

- специфика языка и ее отражение в нормативном словаре. – М., 1988. – С. 131-136.
52. Никулина Е.А. Лексикографическая репрезентация английских неологизмов в современных онлайн словарях / Е. А. Никулина // Современная филологическая наука: достижения и инновации : Сборник материалов Международного симпозиума, Иваново, 23–25 мая 2024 года. – Иваново: Ивановский государственный университет, 2024. – С. 347-352.
53. Павлова А.С. Наименования коронавирусной инфекции COVID-19 в русском, английском и немецком языках: культурно-национальная специфика / А.С. Павлова // Новые слова и словари новых слов / Под ред. Н.В. Козловской. — СПб: Институт лингвистических исследований Российской академии наук, 2020. — С. 126-139.
54. Польская С.С. Buzzwords: часть профессионального языка или ненужный балласт? / С. С. Польская // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – № 8. – С. 304-307.
55. Пономаренко Е.В. Данные проекта THE GLOBAL LANGUAGE MONITOR как отражение динамики лексической подсистемы английского языка / Е.В. Пономаренко, А.А. Харьковская, Д.С. Храмченко // Филологические науки в МГИМО. – 2019. – № 2 (18). – С. 12-18.
56. Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. Неология и неография современного русского языка : учебное пособие / Т.В. Попова, Л.В. Рацибурская, Д.В. Гугунава. – 2-е изд., стер. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 168 с.
57. Попович Е.С. Лингвистические и экстралингвистические функции неологизмов / Е. С. Попович // Филологический аспект. – 2020. – № 6(62). – С. 37-42
58. Привалова Д.В. Проблема лексикографической фиксации неологизмов в словарях общеупотребительной лексики (на материале неологизмов

- Covid-19) / Д. В. Привалова // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. – 2024. – № 1(45). – С. 73-88.
- 59.Пятунина А.А. "Неологический бум" в современной лингвистике / А. А. Пятунина // Научный вестник МГИИТ. – 2017. – № 4(48). – С. 147-153.
- 60.Рахилина Е.В. Когнитивная лингвистика: перспективы и проблемы / Е.В. Рахилина. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 352 с.
- 61.Салаяев В.А. Лексикографирование русского сленга: проблемы и решения / В.А. Салаяев // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2009. – № 2 (24). – С. 522-526.
- 62.Сенько Е.В. Инновации в современном русском языке / Е.В. Сенько. – М. : Айрис-пресс, 1994. – 128 с.
- 63.Сенько Е.В. Неологизация в современном русском языке конца XX в.: межуровневый аспект : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Сенько Елена Владимировна. – Волгоград, 2000. – 430 с.
- 64.Соссюр Ф. Курс общей лингвистики / Ф. Соссюр ; пер. с фр. А.М. Сухотин ; под ред. Р.О. Шор. – М. : Юрайт, 2025. – 303 с.
- 65.Ступин Л.П. Лексикография английского языка : учебное пособие для студентов институтов и факультетов иностранных языков / Л.П. Ступин. – М. : Высшая школа, 1985. – 167 с.
- 66.Тимашова Е.В. Неологизмы XX-XXI века и их роль в современном языке / Е. В. Тимашова, Т. Н. Воронина // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 3(46). – С. 259-261.
- 67.Титаренко С.А. Регионализмы и неологизмы в современном молодежном сленге / С. А. Титаренко // Научное образование. – 2020. – № 2(7). – С. 9-12.
- 68.Тогоева С.И. Новое слово: подходы и проблемы / С.И. Тогоева // Психолингвистические проблемы функционирования слова в лексиконе человека : монография / под общ. ред. А.А. Залевской. – Тверь, 1999. – С. 75-101.

- 69.Тогоева С.И. Психолингвистические проблемы неологии : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Тогоева Светлана Ивановна. – Тверь, 2000. – 251 с.
- 70.Тогоева С.И. Психолингвистические проблемы неологии : монография / С.И. Тогоева. – Тверь : ТГУ, 2000. – 180 с.
- 71.Фалеева Е. В. Неологический бум в английском языке: проблемы и перспективы / Е. В. Фалеева // International scientific review of the problems and prospects of modern science and education : COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES. LXXXVI INTERNATIONAL CORRESPONDENCE SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE, Boston, 30–31 августа 2022 года. – Boston: PROBLEMS OF SCIENCE, 2022. – С. 70-74.
- 72.Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка : учебное пособие для студентов педагогических институтов по специальности «Русский язык и литература» / Н.М. Шанский. – М. : Либроком, 2009. – 305 с.
- 73.Шеремета Е.И. Сущность понятия «неологизм» и его интерпретация современными исследователями / Е. И. Шеремета // Филологический аспект. – 2024. – № 1(105). – С. 36-41.
- 74.Шестакова Л.Л., Кулева А.С. Повышение стилистического статуса сниженной лексики и его отражение в толковом словаре / Л.Л. Шестакова, А.С. Кулева // Настоящее и будущее стилистики : сборник научных статей Международной научной конференции, 13-14 мая 2019 г. / науч. ред. Е.Л. Вартанова ; отв. ред. Н.И. Клушина, С.Ф. Барышева. – М. : Флинта, 2019. – С. 818-824.
- 75.Шмелева Е. Заразительные неологизмы / Е. Шмелева // Коммерсантъ Наука. – 2020. – № 10. – С. 44.
- 76.Щерба Л.В. Опыт общей теории лексикографии / Л.В. Щерба // Языковая система и речевая деятельность. – М. : Наука, 1974. – 427 с.

- 77.Щербина В.Е. Чекиниться, инстаграмиться, твититься... Сетевые неологизмы как средство пополнения молодежного сленга / В. Е. Щербина // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2017. – № 1(201). – С. 68-72.
- 78.Юмшанова Е.В. Принципы отбора и лексикографической обработки неологизмов в словарях новых слов английского языка : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Юмшанова Елена Владимировна. – Иваново, 1999. – 171 с.
- 79.Якобсон Р. Язык и бессознательное / Р. Jakobson ; пер. с англ., фр. К. Голубович [и др.] ; сост., вступ. слово К. Голубович, К. Чухрукидзе ; ред. пер. Ф. Успенский. – М. : Гнозис, 1996. – 248 с.
- 80.Aitchison J. Language Change: Progress or Decay? / J. Aitchison. – Douglas, Isle of Man : Fontana, 1981. – 266 p.
- 81.Al-Salman S. COVID-19 trending neologisms and word formation processes in English / S. Al-Salman, A. S. Haider // Russian Journal of Linguistics. – 2021. – Vol. 25, No. 1. – P. 24-42.
- 82.Assi S.M. Persian Lexicography / S.M. Assi // The Oxford Handbook of Persian Linguistics / ed. by A. Sedighi, P. Shabani-Jadidi. – Oxford : Oxford University Press, 2018. – 40 p.
- 83.Ayto J. The Longman Register of New Words: Volume Two / J. Ayto. – Essex : Longman Group, 1990. – 384 p.
- 84.Barnhart C.L. Problems in editing commercial monolingual dictionaries / C.L. Barnhart // Problems in lexicography / ed. by F.W. Householder, S. Saporta. – Bloomington : Indiana University, 1962. – P. 161-181.
- 85.Bergenholtz H., Kaufmann U. Terminography and Lexicography: A Critical Survey of Dictionaries from a Single Specialised Field / H. Bergenholtz, U. Kaufmann // HERMES: Journal of Language and Communication in Business. – 2017. – Vol. 10, No. 18. – P. 91-113.
- 86.Bharati P. Covid-19 Neologisms in English / P. Bharati // Saptagandaki Journal. – 2020. – Vol. 11. – P. 122-135.

- 87.Chen W. Towards a Discourse Approach to Critical Lexicography / W. Chen
// International Journal of Lexicography. – 2019. – Vol. 32, No. 2. – P. 123-145.
- 88.Chomsky N. Aspects of the Theory of Syntax / N. Chomsky. – Cambridge, Mass. : MIT Press, 1965. – 251 p.
- 89.Considine J., Iamartino G. Words and Dictionaries from the British Isles in Historical Perspective / ed. by J. Considine, G. Iamartino. - Newcastle : Cambridge Scholars Publishing, 2007. - 220 p.
- 90.Crystal D. How to Keep Up with Language Change? Have Your Head in the Clouds / D. Crystal. – 2009. – URL: <https://davidcrystal.com/GBR/Books-and-Articles/?sortby=2&category=11&type=0> (дата обращения: 27.03.2023).
- 91.Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 2011. – 318 p.
- 92.De Schryver G.-M. Lexicographers' dreams in the electronic-dictionary age / G.-M. De Schryver // International Journal of Lexicography. – 2003. – Vol. 16, No. 2. – P. 143-199.
- 93.Domínguez M.J., Gouws R.H. The Definition, Presentation and Automatic Generation of Contextual Data in Lexicography / M.J. Domínguez, R.H. Gouws // International Journal of Lexicography. – 2023. – Vol. 36, No. 1. – P. 45-62.
- 94.Durkin Ph. The Oxford Handbook of Lexicography / ed. by Ph. Durkin. - Oxford : Oxford University Press, 2016. –720 p.
- 95.Fang Y.-Q. A Glimpse at the Study of English Neologism / Y.-Q. Fang // Business Prospects / Chinese Creativity and Innovation Development Association (CCIDA). – 2021. – Vol. 2, No. 2. – P. 78-84.
- 96.Finegan E. Attitudes towards the Dictionary / E. Finegan // The Cambridge Handbook of the Dictionary / ed. by E. Finegan, M. Adams. – Cambridge : Cambridge University Press, 2024. – P. 385-406.

97. Francis W.N., Kučera H. Manual to accompany a standard sample of present-day edited American English, for use with digital computers / W.N. Francis, H. Kučera. – Rev. and augmented ed. – Providence, RI : Department of Linguistics, Brown University, 1979. – 188 p. – URL: <http://icame.uib.no/brown/bcm.html> (дата обращения: 20.10.2024).
98. Frankenberg-Garcia A., Rees G.P., Lew R. Slipping Through the Cracks in e-Lexicography / A. Frankenberg-Garcia, G.P. Rees, R. Lew // *International Journal of Lexicography*. – 2020. – Vol. 33, No. 4. – P. 406-427.
99. Fuertes-Olivera P.A. *The Routledge Handbook of Lexicography* / ed. by P.A. Fuertes-Olivera. – 1st ed. – London ; New York : Routledge, 2018. – 838 p.
100. Hanks P. The Corpus Revolution in Lexicography / P. Hanks // *International Journal of Lexicography*. – 2012. – Vol. 25, No. 4. – P. 398-436.
101. Harris Z.S. *Structural linguistics* / Z.S. Harris. – Chicago : University of Chicago Press, 1986. – 384 p.
102. Kananaj A., Rushiti R. Exploring the Linguistic Landscape of a Global Pandemic: Covid-19 Neologisms / A. Kananaj, R. Rushiti // *RGSA : Revista de Gestão Social e Ambiental*. – 2024. – Vol. 18, No. 8. – P. 1-13.
103. Klosa-Kückelhaus A. *Internet Lexicography: An Introduction* / A. Klosa-Kückelhaus. – Berlin ; Boston : De Gruyter, 2024. – 312 p.
104. Labov W. *Principles of Linguistic Change. Vol. 1: Internal Factors* / W. Labov. – Malden, MA : Blackwell Publishers, 2001. – 592 p.
105. Lew R. Dictionaries and Their Users / R. Lew // *International Handbook of Modern Lexis and Lexicography*. – Berlin ; Heidelberg : Springer-Verlag, 2015. – P. 1-19.
106. Mamonova Y.V. A Characterization of English Neologisms: A Semantic Approach / Y.V. Mamonova // *Russian Linguistic Bulletin*. – 2023. – No. 8 (44). – URL: <https://rulb.org/archive/8-44-2023-august/10.18454/RULB.2023.44.6> (дата обращения: 18.02.2025).
107. McArthur T. *Worlds of Reference* / T. McArthur. – Cambridge : Cambridge University Press, 1986. – 224 p.

108. Ogilvie S. *The Cambridge Companion to English Dictionaries* / ed. by S. Ogilvie. – Cambridge : Cambridge University Press, 2020. – 320 p.
109. Partridge E. *Slang Today and Yesterday* / E. Partridge. – New York : Routledge & K. Paul, 1970. – 476 p.
110. Piaget J. *La représentation du monde chez l'enfant* / J. Piaget. – Paris : Presses Universitaires de France, 1926. – 172 p.
111. Renouf A., Kehoe A., Banerjee J. *WebCorp: An Integrated System for Web Text Search* / A. Renouf, A. Kehoe, J. Banerjee // *Language and Computers*. – 2006. – P. 47-67.
112. Rey A. *Essays on Terminology* / A. Rey. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1995. – 223 p.
113. Sablayrolles J.-F. *Theoretical Issues and Practical Difficulties in Processing Neologisms* / J.-F. Sablayrolles // *Revue française de linguistique appliquée*. – 2002. – Vol. VII, No. 1. – P. 97-111.
114. Samylicheva N., Gazda J. *Derivative neologisms as sociocultural dominants in the Russian and Czech languages of the modern period* / N. Samylicheva, J. Gazda // *SHS Web of Conferences*. – 2020. – Vol. 88. – P. 1-9.
115. Smith L.P. *The English Language* / L.P. Smith. – New York : Henry Holt ; London : Williams & Norgate, 1912. – 255 p.
116. Tarp S. *Connecting the Dots: Tradition and Disruption in Lexicography* / S. Tarp // *Lexikos*. – 2019. – P. 1-15.
117. Tognini-Bonelli E. *Corpus linguistics at work* / E. Tognini-Bonelli. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2001. – 223 p.
118. Wang R.P. *The Latest Development of English Vocabulary* / R.P. Wang // *Foreign Language Teaching and Research*. – 1997. – No. 3. – P. 39-45.
119. Wardhaugh R., Fuller J.M. *An Introduction to Sociolinguistics* / R. Wardhaugh, J.M. Fuller. – Chichester : Wiley-Blackwell, 2015. – 448 p.
120. Webster N. *Dissertations on the English Language: With Notes, Historical and Critical, to Which Is Added, by Way of Appendix, an Essay on*

- a Reformed Mode of Spelling, With Dr. Franklin's Arguments on That Subject / N. Webster. – Boston : Printed for the author by I. Thomas and Company, 1789. – 410 p.
121. Winograd T. Understanding Natural Language / T. Winograd. – San Diego : Academic Press, 1972. – 194 p.
 122. Wittgenstein L. Philosophical Investigations / L. Wittgenstein. – Oxford : Basil Blackwell, 1953. – 129 p.
 123. Wrenn C.L. The English Language / C.L. Wrenn. – London : Methuen, 1949. – 236 p.
 124. You Z. Exploring Internet Buzzwords in Social Media: An Autoethnography as a Bilingual and Female Internet User / Z. You // Journal of Education, Humanities and Social Sciences. – 2023. – Vol. 18. – P. 179-182.
 125. Yubei X. The origin of English neologisms / X. Yubei // Academy. – 2016. – No. 09. – P. 57, 61.
 126. Zhimin Ch. Sources of English neologisms in the 20th century / Ch. Zhimin // Reference Materials for Middle School Liberal Arts. – 1997. – No. 07. – P. 39.
 127. Zonghua Z. The formation, formation, and translation of English neologisms / Z. Zonghua // English Knowledge. – 2009. – No. 08. – P. 13-14.

II. Список лексикографических источников

128. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов, / О. С. Ахманова.- Изд. 5-е. - М.: Книжный дом «Либроком», 2010. – 576 с.
129. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А.М. Прохоров. – 3-е изд. – М. : Советская энциклопедия, 1969–1978.
130. Большая советская энциклопедия : в 50 т. / гл. ред. Б.А. Введенский. – 2-е изд. – М. : Большая советская энциклопедия, 1950–1958.

131. Большая советская энциклопедия / ред. О.Ю. Шмидт. – М. : Советская энциклопедия, 1926. – 921 с.
132. Большой универсальный словарь русского языка / под ред. В.В. Морковкина ; авт.-сост. В.В. Морковкин, Г.Ф. Богачева, Н.М. Луцкая. – М. : Словари XXI века, 2017. – 1456 с.
133. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В.И. Даль. – СПб. ; М. : Изд-во книгопродавца-типографа М.О. Вольфа, 1880–1882.
134. Конишевский Д.В. Неологизмы цифровой культуры (активный словарь миллениала) / Д.В. Конишевский, Н.В. Кушнарёва, С.А. Ветров. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 48 с.
135. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов / Л.П. Крысин. – М. : Эксмо, 2006. – 944 с.
136. Новиков В.И. Словарь модных слов. Языковая картина современности / В.И. Новиков ; ред. И. Кусый. – М. : АСТ-Пресс, 2018. – 352 с.
137. Новое в русской лексике: словарные материалы–2022 / сост. Е.С. Громенко, А.Е. Дёмина, Н.В. Козловская, Н.А. Козулина, С.Д. Левина, А.С. Павлова, М.Н. Приёмышева, Ю.С. Ридецкая ; Институт лингвистических исследований РАН. – СПб. : ИЛИ РАН, 2023. – 254 с.
138. Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 60-х годов / отв. ред. Н.З. Котелова, Ю.С. Сорокин. – М. : Советская энциклопедия, 1971. – 543 с.
139. Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века : в 2 т. / отв. ред. Т.Н. Буцева ; сост. Т.Н. Буцева, Е.А. Левашов, Ю.Ф. Денисенко, Н.Г. Стулова, Н.А. Козулина, С.Л. Гонобоблева ; Ин-т лингвистических исследований РАН. – СПб. : Дмитрий Буланин, 2009.
140. Панькин В.М. Языковые контакты: краткий словарь / В.М. Панькин, А.В. Филиппов. – М. : Наука, 2011. – 160 с.

141. Словарь новых слов русского языка (середина 50-х – середина 80-х годов) / отв. ред. Н.З. Котелова ; Рос. акад. наук, Ин-т лингв. исслед. ; [сост.: Е.А. Левашов и др.]. – СПб. : Дмитрий Буланин, 1995. – 551 с.
142. Словарь русского языка : 50000 слов / гл. ред. С.П. Обнорский ; сост. С.И. Ожегов ; Акад. наук СССР, Ин-т рус. яз. – М. : ОГИЗ : Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1949. – XVI, [1], 968 с.
143. Словарь русского языка коронавирусной эпохи / отв. ред. М.Н. Приемышева ; ред. коллегия: Е.С. Громенко, А.С. Павлова, М.Н. Приемышева, Ю.С. Ридецкая ; сост. Х. Вальтер, Е.С. Громенко, А.Ю. Кожевников, Н.В. Козловская, Н.А. Козулина, С.Д. Левина, В.М. Мокиенко, А.С. Павлова, М.Н. Приемышева, Ю.С. Ридецкая ; Ин-т лингвистических исследований РАН. – СПб. : ИЛИ РАН, 2021. – 550 с.
144. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка : в 4 т. Т. 4 : С – Ящурный / гл. ред. Б.М. Волин, Д.Н. Ушаков ; сост. В.В. Виноградов, Г.О. Винокур, Б.А. Ларин, С.И. Ожегов, Б.В. Томашевский, Д.Н. Ушаков. – М. : Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1940. – 1500 стб., [2] с.
145. Энциклопедический словарь / под ред. И.Е. Андреевского, К.К. Арсеньева, Ф.Ф. Петрушевского ; изд. Ф.А. Брокгауз [Лейпциг], И.А. Ефрон [Санкт-Петербург]. – СПб. : Семеновская Типо-Литография И.А. Ефрона, 1890–1907. – Т. 1–41А [1–82], доп. 1–2А [1–4].
146. Энциклопедический словарь Т-ва "Бр. А. и И. Гранат и К°" / под ред. В.Я. Железнова, М.М. Ковалевского, С.А. Муромцева, К.А. Тимирязева. – 7-е изд., перераб. – М. : Гл. контора т-ва "Бр. А. и И. Гранат и К°", 1910–1948.
147. Яскевич А.А. Корпусная лингвистика / А.А. Яскевич // Энциклопедия для школьников и студентов : в 12 т. Т. 1 : Информационное общество. XXI век / под общ. ред. В.И. Стражева. – Минск : Белорусская энциклопедия, 2009. – С. 167–169.

148. A Word a Day: A Daily Dictionary of New and Unusual Words. – Lincolnwood : Publications International, Ltd., 2022. – 272 p.
149. Abdelaziz H. The Coronavirus Encyclopedia: The Ending of a World Order / H. Abdelaziz. – New York : NYV Media Group, 2022. – 391 p.
150. Algeo J. Fifty Years Among the New Words: A Dictionary of Neologisms, 1941–1991 / J. Algeo. – New York : Cambridge University Press, 1991. – 257 p.
151. Barnhart C.L. Barnhart Dictionary of New English / C.L. Barnhart [et al.]. – New York : HarperCollins, 1973. – 512 p.
152. Beasley J. New Word Dictionary: From the Mind of a Thought Hungry Futurist / J. Beasley. – Columbus : Gatekeeper Press, 2016. – 40 p.
153. Big Encyclopaedic Dictionary: Linguistics. – М. : Большая российская энциклопедия, 1998. – 780 p.
154. Brody B. Coronavirus: Glossary of Common Terms [Электронный ресурс] / B. Brody. – 2023. – URL: <https://www.webmd.com/covid/coronavirus-glossary> (дата обращения: 23.01.2024).
155. Butler S. COVID Word Diary / S. Butler. – [S.l.] : Independently published, 2023. – 179 p.
156. Butler S. COVID Words Diary / S. Butler. – [S.l.] : Independently published, 2023. – 177 p.
157. Buzzword [Электронный ресурс] // Cambridge Dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/buzzword> (дата обращения: 13.10.2024).
158. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 22.11.2024).
159. Carruthers E. New Word A Day: 365 New Words A Day - One word for each day! (ESL Vocabulary Cartoons) / E. Carruthers. – [S.l.] : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2013. – 188 p.

160. Collins Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения: 22.11.2024).
161. Coronavirus & COVID-19: Glossary of Terms [Электронный ресурс] // UVA Health. – 2021. – URL: <https://uvahealth.com/services/covid19-glossary> (дата обращения: 20.06.2024).
162. Coronavirus Corpus [Электронный ресурс] // English Corpora. – URL: <https://www.english-corpora.org/corona/> (дата обращения: 10.05.2024).
163. COVIDICTIONARY: словарь коронавирусной лексики: около 400 неологических единиц / В.В. Катермина, С.Х. Липириди. – М. : ВКН, 2021. – 80 с.
164. Dictionary.com [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dictionary.com/> (дата обращения: 22.11.2024).
165. Encyclopædia Britannica [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.britannica.com/> (дата обращения: 22.11.2024).
166. Eyers H., Myerson G. Johnson's Brexit Dictionary: Or an A to Z of What Brexit Really Means / H. Eyers, G. Myerson. – London : Pushkin Press, 2018. – 125 p.
167. Gilbert P. Dictionnaire des mots nouveaux / P. Gilbert. – Paris : Hachette-Tchou, 1971. – 572 p.
168. Hartmann R.R.K., James G. Dictionary of Lexicography / R.R.K. Hartmann, G. James. – London : Routledge, 1998. – 176 p.
169. Johnson S. A Dictionary of the English Language [Электронный ресурс] / S. Johnson ; ed. by B.R. Young, J. Lynch, W. Dorner, A.L. Giroux, C.F. Mathes, A. Moreshead. – 2021. – URL: <https://johnsonsdictionaryonline.com> (дата обращения: 12.11.2024).
170. Knowles E., Elliott J. The Oxford Dictionary of New Words / E. Knowles, J. Elliott. – 2nd ed. – Oxford : Oxford University Press, 1997. – 366 p.

171. Lemay H., Lerner S., Taylor M. Facts on File Dictionary of New Words / H. Lemay, S. Lerner, M. Taylor. – Expanded ed. – New York : Facts on File, 1989. – 163 p.
172. Lerner S. A Dictionary of New Words / S. Lerner. – New York : Barnes & Noble, 1995. – 221 p.
173. Longman Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ldoceonline.com/> (дата обращения: 22.11.2024).
174. Longman Dictionary of Contemporary English. – Harlow : Longman Group Ltd., 1978. – 1303 p.
175. Macquarie Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/> (дата обращения: 24.01.2025).
176. Merriam-Webster [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 22.11.2024).
177. Neologism [Электронный ресурс] // Oxford English Dictionary. – URL: https://www.oed.com/dictionary/neologism_n?tab=factsheet#35122469 (дата обращения: 20.05.2024).
178. Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie [Электронный ресурс] // Leibniz-Institut für Deutsche Sprache. – 2020. – URL: <https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp> (дата обращения: 12.11.2024).
179. Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oed.com/> (дата обращения: 22.11.2024).
180. Oxford English Dictionary. – Oxford : Oxford University Press, 1993. – 1800 p.
181. Partridge E. A Dictionary of Slang and Unconventional English / E. Partridge. – London : Routledge & Kegan Paul, 1937. – 1251 p.
182. Payack J. A Million Words and Counting: How Global English Is Rewriting the World / J. Payack. – New York : Paul J.J. Payack, 2009. –

- URL: <https://www.amazon.com/Million-Words-Counting-English-Rewriting/dp/0806528583> (дата обращения: 22.10.2024).
183. Payne L. Lexicography [Электронный ресурс] // Encyclopedia Britannica. – 2023. – URL: <https://www.britannica.com/technology/lexicography> (дата обращения: 30.07.2024).
 184. Prucher J. Brave New Words: The Oxford Dictionary of Science Fiction / J. Prucher. – Oxford : Oxford University Press, 2007. – 342 p.
 185. Roget P.M. Thesaurus of English Words and Phrases / P.M. Roget. – London : Longmans, Green, and Co., 1852. – 709 p.
 186. Steinmetz K. Coronavirus: A Glossary of Terms to Help You Understand the Unfolding Crisis [Электронный ресурс] / K. Steinmetz. – 2020. – URL: <https://www.yahoo.com/news/coronavirus-glossary-terms-help-understand-180438847.html> (дата обращения: 22.12.2024).
 187. The Oxford English Dictionary: Being a Corrected Re-issue with an Introduction, Supplement, and Bibliography : in 13 vol. / ed. by W.A. Craigie, C.T. Onions. – Oxford : Clarendon Press, 1933.
 188. The World Book Dictionary / ed. by C.L. Barnhart. – Chicago : World Book Inc., 2000. – 2432 p.
 189. Tulloch S. The Oxford Dictionary of New Words: A Popular Guide to Words in the News / S. Tulloch. – 1st ed. – Oxford : Oxford University Press, 1991. – 334 p.
 190. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 22.11.2024).
 191. Walston J. The Buzzword Dictionary: 1,000 Phrases Translated from Pompous to English / J. Walston. – Portland : Marion Street Press, 2006. – 230 p.
 192. Webster N. An American Dictionary of the English Language : in 2 vol. Vol. 1 / N. Webster. – New York : S. Converse, 1828. – 1080 p.

193. Webster's Third New International Dictionary / ed. by Ph. B. Gove. – Springfield : G. & C. Merriam, 1961. – 2662 p.
194. Webster's Third New International Dictionary, Unabridged / ed. by Ph.B. Gove. – Springfield : Merriam-Webster, 1993. – 2662 p.
195. Wiktionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.wiktionary.org/> (дата обращения: 22.11.2024).

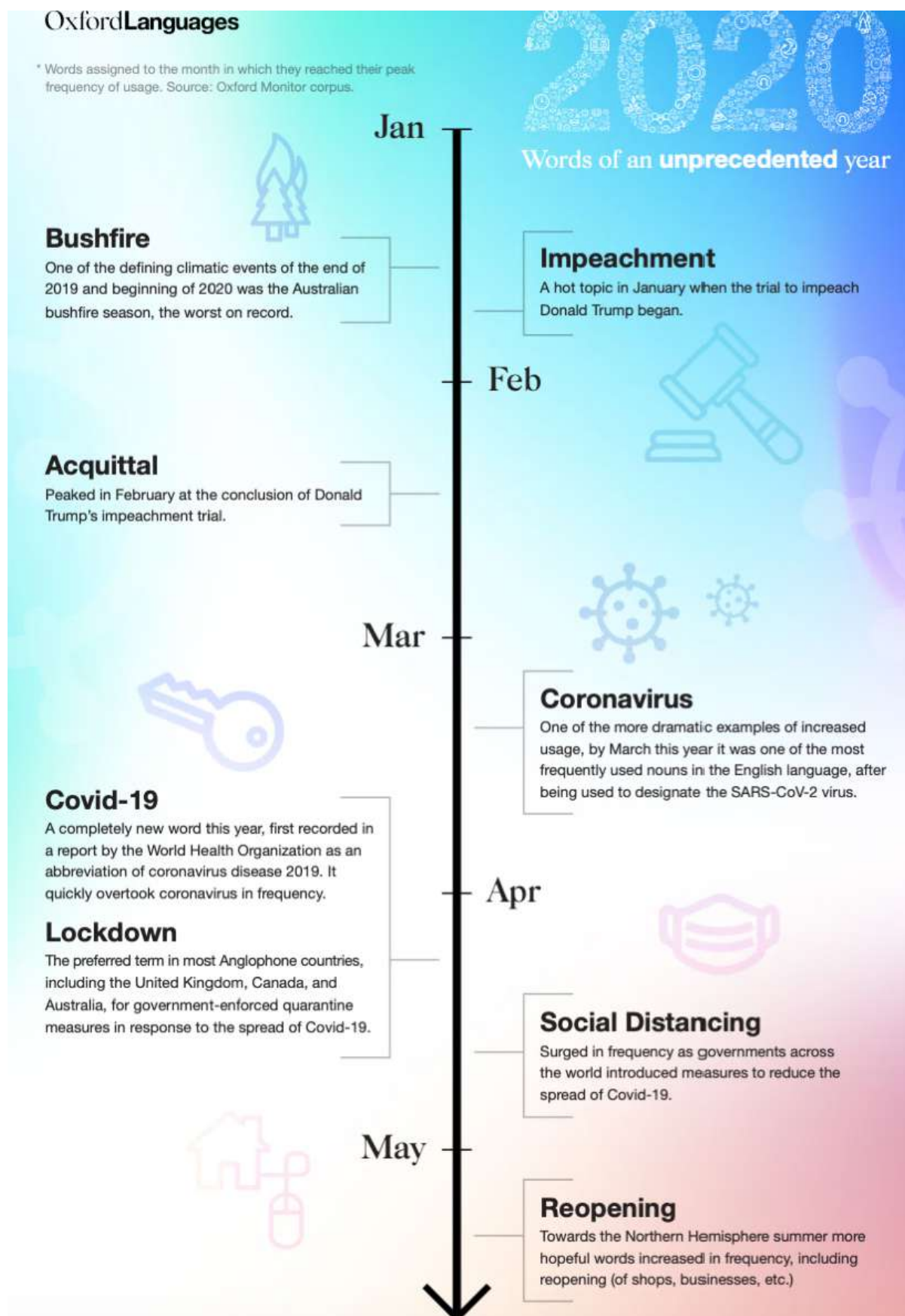
III. Список медиа источников

196. About Words. Category: New Words. Cambridge Dictionary Blog [Электронный ресурс] // Cambridge Dictionary. – 2024. – URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/> (дата обращения: 27.10.2024).
197. Bennett N., Lemoine G.J. What a VUCA World Really Means for You [Электронный ресурс] // Harvard Business Review. – 2014. – URL: <https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you> (дата обращения: 21.02.2025).
198. Brody B. Coronavirus: Glossary of Common Terms [Электронный ресурс] // WebMD. – 2023. – URL: <https://www.webmd.com/covid/coronavirus-glossary> (дата обращения: 24.11.2024).
199. Cambridge Dictionary's Word of the Year 2020 [Электронный ресурс] // Cambridge Dictionary. – 2020. – URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/2020/11/24/cambridge-dictionary-s-word-of-the-year-2020/> (дата обращения: 27.10.2023).
200. Cambridge Words. Cambridge Dictionary's Word of the Year 2020 [Электронный ресурс] // Cambridge Dictionary. – Cambridge, UK : Cambridge University Press, 2020. – URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/2020/11/24/cambridge-dictionary-s-word-of-the-year-2020/> (дата обращения: 27.10.2023).

201. COVID: US Vice-President Mike Pence receives vaccine live on TV [Электронный ресурс] // BBC. – 2020, December 19. – URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-55362697> (дата обращения: 22.11.2024).
202. Dictionary.com's 2021 Word Of The Year Is... [Электронный ресурс] // Dictionary.com. – 2021. – URL: <https://www.dictionary.com/e/word-of-the-year-2021/> (дата обращения: 22.11.2024).
203. Egan L. Italian designer releases new «trikini» amid coronavirus pandemic [Электронный ресурс] // IL GLOBO. – 2020. – URL: <https://ilglobo.com/en/news/explore/> (дата обращения: 24.10.2024).
204. Flanagan H. The 'Trikini' Is a Bikini with a Matching Face Mask — and Kelly Ripa Is a Fan [Электронный ресурс] // People. – 2020. – URL: <https://people.com/style/trikini-is-bikini-with-matching-face-mask/> (дата обращения: 24.10.2024).
205. How many words are there in the English language [Электронный ресурс] // Oxford Languages. Oxford English Dictionary. – URL: <https://en.oxforddictionaries.com/explore/how-many-words-are-there-in-the-english-language> (дата обращения: 22.11.2024).
206. Newcomb A. Meet the 'Trikini,' a Bikini With a Matching Face Mask [Электронный ресурс] // NBC New York. – 2020. – URL: <https://www.nbcnewyork.com/entertainment/the-scene/meet-the-trikini-a-bikini-with-a-matching-face-mask/2429162/> (дата обращения: 24.10.2024).
207. O'Neill N. Meet the trikini, beach fashion's answer to coronavirus [Электронный ресурс] // New York Post. – 2020. – URL: <https://nypost.com/2020/05/14/meet-the-trikini-beach-fashions-answer-to-coronavirus/> (дата обращения: 24.10.2024).
208. Shariatmadari D. The Year of Lockdown [Электронный ресурс] // Collins Language Lovers Blog. – Glasgow, Scotland : HarperCollins

- Publishers, 2020. – URL: <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/the-year-of-lockdown/> (дата обращения: 27.10.2024).
209. The History of English Dictionaries [Электронный ресурс] // Piling Press, Inc. – URL: <https://www.pilnutpress.com/Articles/Reading/HistoryofEnglishDictionaries.html> (дата обращения: 03.11.2024).
210. The Macquarie Dictionary Word of the Year Shortlist for 2020 [Электронный ресурс] // Macquarie Dictionary. – Sydney, Australia : Macquarie Dictionary Publishers, 2020. – URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/the-macquarie-dictionary-word-of-the-year-shortlist-for-2020/> (дата обращения: 27.10.2024).
211. Word of the Year 2020 [Электронный ресурс] // Oxford University Press. – Oxford, England : Oxford University Press, 2020. – URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2020/> (дата обращения: 27.10.2024).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ОТЧЕТ, ОПУБЛИКОВАННЫЙ ИЗДАТЕЛЬСТВОМ OXFORD DICTIONARY В РАМКАХ ЕЖЕГОДНОЙ ПРОЦЕДУРЫ ВЫБОРА «СЛОВА ГОДА» В 2020 ГОДУ



Black Lives Matter

Exploded in usage beginning in June of this year, remaining at elevated levels for the rest of the year as protests against law enforcement agencies over the killings of George Floyd, Breonna Taylor, and other black Americans took root in communities across the United States and across the world.

Jun

Jul

Cancel Culture

Many societal tensions that characterized the year saw a significant rise in usage, such as cancel culture, the culture of boycotting and withdrawing support from public figures whose words and actions are considered socially unacceptable.

BIPOC

Usage surged for BIPOC, an abbreviation of black, indigenous, and other people of colour.

Mail-In

A big political focus as far as word use increase is concerned has been the US postal service as a means of casting votes in these troubled times, with mail-in seeing an increase in use of 3,000% compared to last year.

Aug

Belarusian

The August re-election of Alexander Lukashenko in Belarus saw the adjective Belarusian rise up the corpus charts rapidly as the story made the news around the world.

Sep

Moonshot

Had a rocket-powered ascent to significance in September as the name of a UK government programme for mass Covid testing.

Oct

Superspreader

Dates to the 1970s, but became significantly more frequent this year. There was a particular spike in usage in October, mainly with reference to the well-publicized spread of cases in the White House.

Net Zero

On the rise as the year draws to an end: the recent increase partly relates to the historic pledge made by President Xi Jinping in September, that China will be carbon neutral by 2060.

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2. АНКЕТИРОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ АВТОРСКОГО СЛОВАРЯ НЕОЛОГИЗМОВ
COVID-19**

Моделирование словаря новых слов эпохи COVID-19

Данный опрос создан для изучения перспективы пользователя и моделирования будущего словаря.

darya.priv4lova@gmail.com [Сменить аккаунт](#)

 Не будет видно получателю

 Черновик сохранен.

***Обязательный вопрос**

Выберите ваш статус *

- ☐ Студент (бакалавриат)
- ☐ Преподаватель

Какими форматами словарей вы пользуетесь? (Выберите один или несколько вариантов из списка, также можете указать свой) *

- ☐ Бумажный одноязычный словарь
- ☐ Бумажный переводной словарь (например: англо-русский, русско-английский и т.п.)
- ☐ Одноязычный онлайн словарь
- ☐ Переводной онлайн словарь
- ☐ Словарь в форме приложения на смартфон
- ☐ Словарь в социальной сети
- ☐ Другое: _____

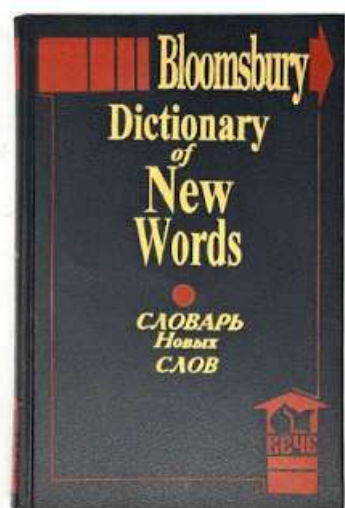
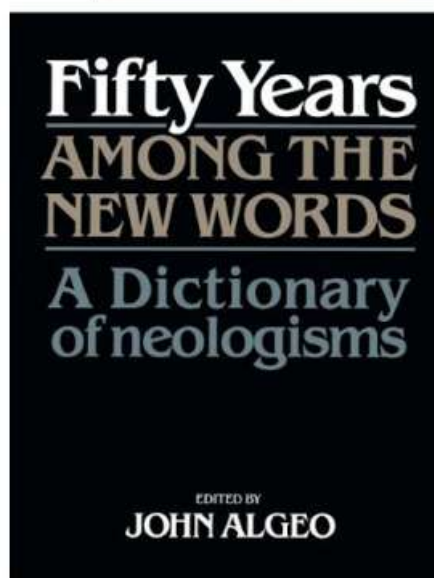
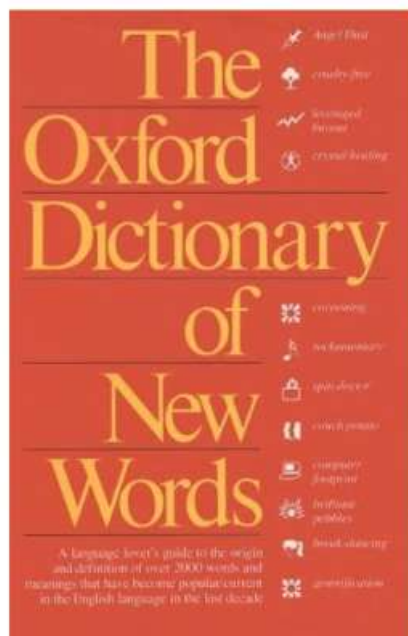
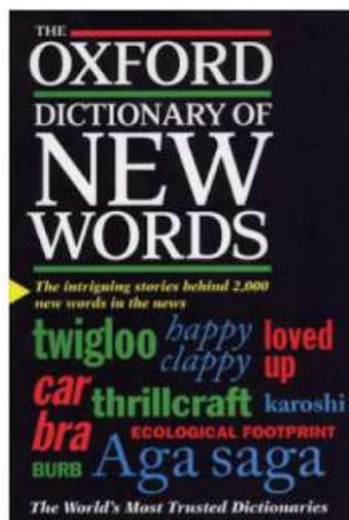
С какой целью вы чаще всего используете словари? (Выберите один или несколько вариантов из списка, также можете указать свой) *

- ☐ Узнать перевод слова
- ☐ Узнать определение слова
- ☐ Узнать правила фонетической транскрипции слова и послушать его произношение
- ☐ Узнать грамматическую информацию о слове
- ☐ Узнать этимологию (происхождение) слова
- ☐ Узнать стилистическую окраску слова
- ☐ Изучить примеры и лексическое окружение искомого слова
- ☐ Другое: _____

Что по вашему мнению обязательно должно содержаться в словарной статье? *

- ☐ Определение
- ☐ Перевод
- ☐ Фонетическая транскрипция
- ☐ Стилистическая помета
- ☐ Информация о появлении слова
- ☐ Иллюстративный материал (= картинки)
- ☐ Грамматическая помета
- ☐ Примеры употребления слова
- ☐ Другое: _____

Пользовались ли вы когда-либо словарями новых слов (неологизмов)?
Если да, то какими? *



- ☐ Да
- ☐ Нет
- ☐ Другое: _____

Встречались ли вам словарные проекты в социальных сетях? (Например, *
Английский волонтерский политический словарь
<https://vk.com/politicaldictionaryivsu>)

☐ Да

☐ Нет

Вам будут представлены 3 словарных статьи одного и того же неологизма.
Выберите один наиболее удачный по вашему мнению вариант.

Вариант 1

VAXXIE. A selfie shot during a (Covid) vaccination injection. *E.g. Are You Ready for Your VAXXIE? - Healthcare professionals who've gotten the Covid-19 vaccine are posting selfies of themselves receiving the shots (The Cut, 2020).* URL: <https://www.thecut.com/2020/12/are-you-ready-for-your-vaxxie.html>

Вариант 2

vaxxie

This term, coined in late 2020 during the COVID-19 pandemic, is defined as a selfie or other photo of someone getting vaccinated, often posted on social media. Actor Alan Alda (the founder of the Alan Alda Center for Communicating Science at Stony Brook University), who has spent much of the past decade helping scientists and health workers share messages about their work in clear and relatable ways, coined a new word for the coronavirus pandemic during a webinar at Duke University in December 2020. During the webinar, he suggested that everyday people take selfies, or 'vaxxies', of themselves getting vaccinated and post them on social media. This could help build confidence in the COVID-19 licensed vaccines during the pandemic.

Вариант 3



Vaxxie (n) ['væksɪ] *a composite of vaccination + selfie*

- a selfie shot during a (Covid) vaccination injection

Are You Ready for Your VAXXIE? - Healthcare professionals who've gotten the Covid-19 vaccine are posting selfies of themselves receiving the shots. - The Cut

Вам были представлены 3 словарных статьи. Выберите 1 наиболее предпочтительный вариант.



VAXXIE. A selfie shot during a (Covid) vaccination injection. *E.g. Are You Ready for Your VAXXIE? - Healthcare professionals who've gotten the Covid-19 vaccine are posting selfies of themselves receiving the shots (The Cut, 2020). URL: <https://www.thecut.com/2020/12/are-you-ready-for-your-vaxxie.html>*

☐ Вариант 1

vaxxie
This term, coined in late 2020 during the COVID-19 pandemic, is defined as a selfie or other photo of someone getting vaccinated, often posted on social media. Actor Alan Alda (the founder of the Alan Alda Center for Communicating Science at Stony Brook University), who has spent much of the past decade helping scientists and health workers share messages about their work in clear and relatable ways, coined a new word for the coronavirus pandemic during a webinar at Duke University in December 2020. During the webinar, he suggested that everyday people take selfies, or 'vaxxies', of themselves getting vaccinated and post them on social media. This could help build confidence in the COVID-19 licensed vaccines during the pandemic.

☐ Вариант 2



Vaxxie (n) [ˈvæksɪ] a composite of vaccination + selfie
- a selfie shot during a (Covid) vaccination injection
Are You Ready for Your VAXXIE? - Healthcare ³⁹
professionals who've gotten the Covid-19 vaccine are posting selfies of themselves receiving the shots. - The Cut

☐ Вариант 3

Был бы вам интересен и удобен для пользования бесплатный словарь на базе телеграм-канала?



- ☐ Да
- ☐ Скорее да, чем нет
- ☐ Скорее нет, чем да
- ☐ Нет

Спасибо за ответ! Это поможет нам в нашем исследовании.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. СПИСОК НЕОЛОГИЗМОВ COVID-19, СОБРАННЫХ ДЛЯ НАСТОЯЩЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ

- | | |
|---|--|
| 1. Above-the-mask | 28. Brocial distancing |
| 2. Air bridge | 29. Bubble (bio-secure bubble) |
| 3. Air curtain | 30. Bubble penetration |
| 4. Airgasm | 31. Cabin fever |
| 5. Anthropause | 32. Caremongering |
| 6. Anti-faxxer | 33. Casedemic |
| 7. Anti-masker | 34. China virus |
| 8. Anti-quarantine | 35. Choice fatigue |
| 9. Anti-vaxxer (anti-vax, anti-vaccinator, anti-vaccinationist) | 36. Circuit breaker / Circuit-breakers |
| 10. Antisocial nearing | 37. Clandestine barbers |
| 11. Apocaholism | 38. Cleanliness theatre |
| 12. Apocalypse Beard | 39. Cohorting |
| 13. Apocalypse Wife | 40. Colivid |
| 14. Armchair virologists | 41. Common invisible enemy |
| 15. Asymptomatic | 42. Community spread |
| 16. Baby bust | 43. Community transmission |
| 17. BC (before covid) | 44. Contact tracing |
| 18. BCAC | 45. Contagion chivalry |
| 19. Beer Bug | 46. Coroanacuts |
| 20. Bin outing | 47. Corohara |
| 21. Biosurveillance | 48. Coromance |
| 22. Blursday | 49. Coromies |
| 23. Boffice | 50. Coron-optimistic |
| 24. Boomer remover | 51. Corona and chill |
| 25. Booster | 52. Corona baby |
| 26. Bored-eaux | 53. Corona bonus |
| 27. Breakthrough infection | 54. Corona boyfriend |

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| 55. Corona break | 85. Corona-compromised |
| 56. Corona bro | 86. Corona-fi |
| 57. Corona bucks | 87. Corona-oke, coronaoke |
| 58. Corona cam | 88. Corona-selfie |
| 59. Corona cash | 89. Corona-shaming |
| 60. Corona challenge | 90. Corona-sick |
| 61. Corona checks | 91. Corona-uber |
| 62. Corona clam jam | 92. Corona-worrier |
| 63. Corona clap | 93. Corona'd |
| 64. Corona clarity | 94. Coronabesity |
| 65. Corona classic | 95. Coronabod |
| 66. Corona clouds | 96. Coronaboner |
| 67. Corona clown | 97. Coronabonga |
| 68. Corona coiffure | 98. Coronabratons |
| 69. Corona coin | 99. Coronabusy |
| 70. Corona corridor | 100. Coronacampus |
| 71. Corona cougher | 101. Coronacaptivity |
| 72. Corona crunch | 102. Coronacation |
| 73. Corona cunt | 103. Coronacaust denier |
| 74. Corona face | 104. Coronachaser |
| 75. Corona girlfriend | 105. Coronachicken |
| 76. Corona hair | 106. Coronaciles |
| 77. Corona handshake | 107. Coronaciser |
| 78. Corona Navidad | 108. Coronaclaw |
| 79. Corona nose | 109. Coronacleaning |
| 80. Corona party | 110. Coronacleaning disease |
| 81. Corona simp | 111. Coronaclickbait |
| 82. Corona time | 112. Coronacoaster |
| 83. Corona virus lite | 113. Coronacocooning |
| 84. Corona warriors | 114. Coronacoma |

115.	Coronacopia	145.	Coronamania
116.	Coronacourting	146.	Coronanism
117.	Coronacranky	147.	Coronanist
118.	Coronacranky	148.	Coronanoia
119.	Coronacrazy	149.	Coronantine
120.	Coronacrew	150.	Coronaphobe
121.	Coronacronym	151.	Coronaphobia
122.	Coronacuts	152.	Coronaphrenia
123.	Coronadating	153.	Coronapocalypse
124.	Coronaddict	154.	Coronaquake
125.	Coronadodge	155.	Coronarate
126.	Coronadog	156.	Coronarave
127.	Coronadult	157.	Coronarelationship
128.	Coronaed	158.	Coronarita
129.	Coronafool	159.	Coronaroamers
130.	Coronafro	160.	Coronarse
131.	Coronafy	161.	Coronas
132.	Coronaganda	162.	Coronasapien
133.	Coronageddon	163.	Coronasaurus
134.	Coronagen	164.	Coronaslapped
135.	Coronagrass	165.	Coronasnitching
136.	Coronahoarder	166.	Coronasomnia
137.	Coronaidiot	167.	Coronaspeck
138.	Coronaland	168.	Coronaspiracy theory
139.	Coronalations	169.	Coronasplain
140.	Coronalationship	170.	Coronasplaining
141.	Coronalit	171.	Coronasshole
142.	Coronallennial	172.	Coronatard
143.	Coronallusional	173.	Coronatimes
144.	Coronalusional	174.	Coronatini

175.	Coronation	205.	Corontanamo bay
176.	Coronatism	206.	Couple-spreading
177.	Coronator	207.	Covesity
178.	Coronaversary	208.	Covexit
179.	Coronaverse	209.	Covid arm
180.	Coronavirus attack	210.	Covid beard
181.	Coronavirus baby	211.	Covid bitch
182.	Coronavirus clapping	212.	Covid carpetbagger
183.	Coronavirus cluster	213.	Covid chunk
184.	Coronavirus disease	214.	Covid code
185.	Coronavirus syndrome	215.	Covid collaborator
186.	Coronavirus the movie	216.	Covid coupon
187.	Coronaviruseando	217.	COVID denier
188.	Coronavirusing	218.	Covid divot
189.	Coronavision	219.	Covid education
190.	Coronavisor	220.	Covid fest
191.	Coronaviva	221.	Covid hobbid
192.	Coronavoid	222.	Covid marshals
193.	Coronawashing	223.	Covid Mubarak
194.	Coroncellations	224.	COVID safe
195.	Coroned	225.	Covid speakeasy
196.	Coroneologism	226.	Covid spreader
197.	Coronered	227.	Covid terrorist
198.	Coronia	228.	Covid Test
199.	Coronial	229.	Covid the 19 th
200.	Coronic	230.	Covid toe
201.	Coronoceros	231.	Covid waltz
202.	Coronomics	232.	COVID-19
203.	Coronopticon	233.	COVID-19 idiots
204.	Coronortunity	234.	COVID-20

235.	COVID-21	264.	Covidise
236.	COVID-38	265.	Covidism
237.	Covid-af	266.	Covidist
238.	Covid-ginity	267.	Coviditch
239.	Covid-gut	268.	Covidite
240.	Covid-secure / Covid-safe / Covid-19 secure	269.	Coviditus
241.	Covid-weinstein	270.	Covidity
242.	Covidadees	271.	Covidivorce
243.	Covidaedal	272.	Covidizen
244.	Covidarium	273.	Covidmania
245.	Covidate	274.	Covidnated
246.	Covidboomer	275.	Covidnazi
247.	Covidcation	276.	Covidobbing
248.	Covidded relashionship	277.	Covidocious
249.	Covidefiant	278.	Covidoid
250.	Covideo	279.	COVIDollar
251.	Covidession	280.	Covidologist
252.	Covidful	281.	Covidology
253.	Covidictionary	282.	Covidomesticated
254.	Covidicule	283.	Covidophile
255.	Covidiculousness	284.	Covidophobia
256.	Covidicus	285.	Covidpreneur
257.	Covidien	286.	Covidpreneurs
258.	Covidification	287.	Covidsation
259.	Covidining	288.	Covidscuse
260.	Covidiocy	289.	Covidted
261.	Covidiot	290.	Covidteer
262.	Covidious	291.	Covidteria
263.	Covidisation	292.	Coviduation
		293.	Covinial

294.	CoVisor	323.	ECQ (enhanced
295.	Covitarian		community quarantine)
296.	Cromance	324.	Elbow bump / Elbump
297.	Cromantic	325.	Elbow-pump
298.	Cuomovirus	326.	Essential workers
299.	CV, C-19	327.	Exit wave
300.	De-roning	328.	Fakeaway
301.	Decompression	329.	Fauci ouchie, Anthony
302.	Desk disco		Fauci
303.	Digital contact tracing	330.	Fauxvid
304.	Digital republic	331.	Fearware
305.	Digital vigilance	332.	Fever clinic
306.	Disaster altruism	333.	First case
307.	Disaster capitalism	334.	Five two
308.	Disease-catcher	335.	Flatten the curve
309.	Disinformation pandemic	336.	Flu bro
310.	donut day / doughnut day	337.	Flu hunter
311.	Doomscroller	338.	Flurona
312.	Doomscrolling/doomsurf ing	339.	Fogging
313.	Double bubble	340.	Fomite
314.	Double-vaxxed	341.	FONO
315.	Dracovid	342.	FORO
316.	Drivecation	343.	Friendship recession
317.	Droplets	344.	Fullcinated
318.	E-learning	345.	Fully vaxxed
319.	E-pass	346.	Furlough Merlot
320.	E-vaccination certificate	347.	Gen(eration) C
321.	Eastside corona	348.	Get a coronahaircut
322.	Economic hibernation	349.	Get vaxxed
		350.	Ghost flight

351.	Go corona corona go	381.	Isolation
352.	Grinchmer	382.	Isolationship
353.	Half-tourist	383.	Its corona time
354.	Halfcinated	384.	Jab-fest
355.	Hamsteren	385.	Jab/jag
356.	Hamsterkauf	386.	Key workers
357.	Hamsterkaufing	387.	Kung flu
358.	Hanny san	388.	Lady rona
359.	Happy quarantine	389.	Learning modality
360.	Hate-wear	390.	Legacy hand
361.	Headline stress disorder	391.	Local transmission
362.	Herd immunity	392.	Lockdown
363.	Home separation anxiety	393.	Lockdown foot
364.	Homecation	394.	Lockdown light
365.	Homeference	395.	Lockdown locks
366.	Hovid	396.	Lockdown risk
367.	Hybrid office	397.	Lockdown tache
368.	Hybrid working	398.	lockdowner
369.	Hyflex	399.	Lockstalgia
370.	Hygiene theatre	400.	Locktail
371.	Immunity debt	401.	Locktail hour
372.	Infits	402.	Locky D
373.	Infodemic	403.	Long COVID
374.	Innoculati / Inoculati	404.	Long social distancing
375.	Inoculate	405.	Long-haulers
376.	ISO	406.	Loopholing
377.	Iso-baking	407.	Loxino
378.	Isobar	408.	Loxit
379.	Isobeard	409.	Maralagovirus
380.	Isodesk	410.	Mask covidian

411.	Mask diplomacy	440.	Pancession
412.	Mask up	441.	Pancovideracinate
413.	Mask-shaming	442.	Pandemial
414.	Masker, pro-masker	443.	Pandemic leave
415.	Maskhole	444.	Pandemic pants
416.	Maskless	445.	Pandemically permitting
417.	Masklessness	446.	Pandemicide
418.	Maskne – в словаре	447.	Pandemiconium
419.	Maskomania	448.	Pandemicrophone
420.	Maskulinity	449.	Pandemishegoss
421.	MCO (movement control order)	450.	Pando
422.	MERS-CoV	451.	Pandummy
423.	Miley Cyrus	452.	Panicdemic
424.	Minimony	453.	Panicovid
425.	Miss rona	454.	Panpanic
426.	Mockdown	455.	Parklet
427.	Morona / Moronavirus	456.	Partygate
428.	National coronavirus day	457.	PCR test (COVID-19 PCR test)
429.	nCoV	458.	Person-to-person
430.	nCoV	459.	Phygital
431.	Nerd immunity	460.	Physical distancing
432.	Nightingales	461.	Pingdemic
433.	Non corona related	462.	Pinged
434.	Nosers	463.	Plandemic
435.	Novel (new)	464.	Post-Covid
436.	NOVID	465.	Post-normal science
437.	On mute	466.	Posture pandemic
438.	Overreaching	467.	PPE
439.	P2 mask	468.	PPSD

469.	Pre-Covid, pre-coronavirus	497.	Quarantine bae
470.	Preventing COVID-19	498.	Quarantine currency
471.	Pro-vaxxer	499.	Quarantine fatigue
472.	Procrastibaking	500.	Quarantine fifteen
473.	Productivity ninja	501.	Quarantine grooming
474.	Protein spike	502.	Quarantine shaming
475.	Pulled a bottega	503.	Quarantine style
476.	Pundemic	504.	Quarantine-couture
477.	Quadrupledemic	505.	Quarantinelockdown
478.	Quaran-stream	506.	Quarantinemate
479.	Quaran-ting	507.	Quarantinesgiving
480.	Quaranbaking	508.	Quarantini
481.	Quarandating	509.	Quarantino
482.	Quaranqueens	510.	Quarantinsanity
483.	Quaransheen	511.	Quarantinship
484.	Quarantail	512.	Quarantint
485.	Quarantainment	513.	Quarantipsy
486.	Quarantan	514.	Quarantroll
487.	Quarantanning	515.	Quarantunes
488.	Quaranteam	516.	Quaranzine
489.	Quarantech	517.	Quaz
490.	Quaranteen	518.	quazza
491.	Quarantimes	519.	R number (R) reproduction number
492.	Quarantina	520.	Radical uncertainty
493.	Quarantinder	521.	Rat-lickers
494.	Quarantine 50	522.	Re-entry anxiety
495.	Quarantine afol	523.	Re-entry syndrome
496.	Quarantine and chill in the age of the corona	524.	Redneck
		525.	Reopening

526.	Revenge travel	555.	Security theater
527.	Risk normalization	556.	Self-isolate
528.	Ro	557.	Self-quarantine
529.	Rona	558.	Shecession
530.	Rona hoes	559.	Shelter-in-place
531.	Rona rage	560.	SHN (stay-home notice)
532.	Rona truthers / corona truther	561.	Shot
533.	Rona, corona	562.	Single-dose
534.	Rona'd	563.	Slackers
535.	Ronacation	564.	Slow map
536.	Ronacorusvi	565.	Smizing
537.	Ronadobbing	566.	Social bubble
538.	Ronarusisease	567.	Social distancing, social distance, socially distance (verb)
539.	Ronaussy	568.	Social recession
540.	Ronavation	569.	Socialdistancingzombies
541.	Rone	570.	Sound walk
542.	Roni	571.	Space marshal
543.	RTO	572.	Spendemic
544.	Sadwear	573.	Spread booking
545.	Safecation	574.	Spreadneck
546.	Sanny	575.	Stay-at-home
547.	SARS-CoV	576.	Staycation
548.	SARS-CoV-2	577.	Stir crazy
549.	Scariant	578.	Stricos
550.	Scarring	579.	Strollout
551.	Schoolcation	580.	Sucovidly
552.	Screening	581.	Sunshine shift
553.	Second wave		
554.	Security hygiene		

- | | | | |
|------|---|------|--|
| 582. | Super-spreader, super-spreading + event | 610. | Twindemic |
| 583. | Supercold | 611. | Two-dose |
| 584. | Superforecaster | 612. | Uberise |
| 585. | Supervaxxer | 613. | Uncertain times |
| 586. | Surge capacity | 614. | Unlockdown |
| 587. | Surge-jabbing | 615. | Unmasked |
| 588. | Sydneydiots | 616. | Unmute |
| 589. | Tech-celeration | 617. | Unvaxxed |
| 590. | Telecommutercore | 618. | Upperwear |
| 591. | Test negative / test positive | 619. | V-day |
| 592. | The 'vid | 620. | Vaccine bounce |
| 593. | The elephant in the zoom | 621. | Vaccine envy |
| 594. | The Great Resignation | 622. | Vaccine hesitancy |
| 595. | The koof | 623. | Vaccine mandate |
| 596. | The pando | 624. | Vaccine nationalism |
| 597. | The pandy (panny-D) | 625. | Vaccine passport |
| 598. | The ronah | 626. | Vaccine requirement |
| 599. | Tier 4 | 627. | Vaccine sommelier |
| 600. | Tierism | 628. | Vaccine stamp |
| 601. | Toilet paper disease | 629. | Vaccines: Comirnaty (by Pfizer–BioNTech), Spikevax (by Moderna), Vaxzevria (by AstraZeneca), Johnson & Johnson (J&J) Vaccine (by Janssen Pharmaceutica), Nuvaxovid (by Novavax), Sputnik V (by Gamaleya), BIBP-CorV (by Sinopharm) |
| 602. | Tomato flu | 630. | Variant of concern |
| 603. | Toxic productivity | 631. | Vax card |
| 604. | Traffic light border pass | | |
| 605. | Travel bubble | | |
| 606. | Trikini | | |
| 607. | Tripledemic | | |
| 608. | Trump flu / trumpflu | | |
| 609. | Trying times | | |

632.	Vax site	660.	Wuhan five and corona
633.	Vax-a-thon		five
634.	Vax(i)cation	661.	Yob-dobbing
635.	Vax/vaxx	662.	Zoom bar
636.	Vaxdar	663.	Zoom fatigue
637.	Vaxhole	664.	Zoom mullet
638.	Vaxi Taxi	665.	Zoom room
639.	Vaxinista	666.	Zoom-friendly
640.	Vaxxident	667.	Zoom-ready
641.	Vaxxie	668.	Zoombie
642.	Veronica bucket	669.	Zoombombing
643.	Videofurbishing	670.	Zoomed out
644.	Viral anxiety	671.	Zoomer
645.	Virtual backgrounding	672.	Zoomification
646.	Virtual happy hour	673.	Zoomitzvah
647.	Virus don't care	674.	Zoomlift
648.	Virusmas	675.	Zoomorial service
649.	Waist-up	676.	Zumped
650.	Walking around video	677.	Zumping
651.	Walktail		
652.	Wet pubs		
653.	WFA		
654.	WFH		
655.	Whack-a-mole		
656.	What happens in quarantine, stays in quarantine		
657.	Wobble room		
658.	Workation		
659.	Wuhan clan		