



УДК: 811.111'373.43
DOI: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-604-613

НЕОЛОГИЗМЫ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА XXI В.

Е.А. Кольцова

Ивановский государственный энергетический университет
ул. Рабфаковская, 34, г. Иваново, Россия 153003

Статья посвящена анализу номинативных процессов и лексических изменений, происходящих на современном этапе развития английского языка. Именно лексическая система языка, являясь наиболее гибкой и подвижной, непрерывно изменяется вместе с развитием языкового коллектива, обогащаясь новыми лексическими единицами и отражая актуальные общественные тенденции. Новые слова, появившиеся в языке в последние несколько лет, и стали объектом изучения данной статьи.

Материалом послужили неологизмы, включенные в оксфордский онлайн словарь, начиная с 2010 г. Большая часть рассматриваемых лексических единиц была включена в списки слов года оксфордского словаря, формирующихся на основании статистических данных о частоте использования в том или ином году.

Краткий обзор теоретических подходов к проблеме изучения неологизмов и влияющих на их возникновение факторов сопровождается сравнением статистических данных лингвистов конца ХХ — начала ХХI в. В работе рассматривается специфика популярных неологизмов английского языка и актуализация их в повседневном общении носителей языка.

Исследование включало два этапа: аналитический, представляющий собой лексический анализ неологизмов, и интерактивный, заключающийся в опросе информантов. В семантическом плане выделен ряд обобщенных тематических групп / сфер функционирования. Выявление степени актуализации данных языковых единиц в речи носителей английского языка заключалось непосредственно в опросе информантов. Приведен анализ результатов опроса и отношения носителей языка к новым словам. Предпринята попытка разобраться в причинах происходящих изменений и предложить толкование результатов проведенного исследования.

Ключевые слова: неологизм, развитие языка, языковые изменения, сферы функционирования, языковая картина мира

ВВЕДЕНИЕ

Язык как любой живой организм непрерывно эволюционирует, обогащаясь разнообразными языковыми средствами. Наиболее подвижной и гибкой является, как известно, лексическая система языка, изменяющаяся динамично и постоянно вместе с развитием того или иного языкового коллектива, отражая происходящие в обществе изменения и современные тенденции. Именно происходящим в последние несколько лет лексическим метаморфозам английского языка и отношению к ним самих носителей языка посвящена настоящая статья.

Следует сказать, что сфера неологии, привлекающая к себе внимание лингвистов на протяжении не первого десятка лет, развивается сейчас столь же стремительно, как и сам объект ее изучения — новые слова. И если в конце ХХ в. исследователи оценивали количество появившихся новых английских слов в диапазоне 12 000 в год [Barnhart 1985], то в 2002 г. эта цифра по некоторым подсчетам увеличилась до 10 000 новых слов и словоформ в день [Metcalf 2004]. Количество

же неологизмов, возникающих в языке каждый день в наше время, уже не поддается исчислению. Безусловно, не все эти слова входят в широкую сферу употребления и попадают в словари. Тем не менее, лексикографы пытаются фиксировать все появляющиеся новые лексические единицы, что позволяет нарисовать более полную картину современных тенденций развития языка и говорящего на нем общества.

Изучению и анализу неологизмов посвящено большое количество работ и исследований, которые рассматривают новые слова с разных сторон и аспектов. Сама специфика изучаемого объекта такова, что тема не исчерпывает себя, а исследовательские работы продолжают оставаться актуальными, дополняя и уточняя анализируемый феномен.

ТОЛКОВАНИЕ ПОНЯТИЯ «НЕОЛОГИЗМ»

Прежде всего определим само понятие, которым мы будем оперировать в настоящей статье. Итак, в самом общем смысле неологизмами в лексике считаются слова или значения существующих слов, появившиеся в языке сравнительно недавно. Ирина Рец, изучив возможные подходы исследователей к толкованию термина «неологизм», которые варьируются в зависимости от исследовательских целей, выделяет 5 основных теоретических подходов: стилистический, денотативный, структурный, этимологический и лексикографический. В рамках стилистического подхода неологизм трактуется как слово, новизна которого маркируется его новым стилистическим употреблением, примером чему могут служить слова, переходящие из жаргона или метаязыка в повседневный язык (например, термин *downtime* ‘time when one is not working or active’). Денотативная теория рассматривает неологизмы как слова, возникающие для наименования новых предметов и понятий и таким образом приобретающие новые денотативные значения, такие как *smartphone*, *selfie*, *e-book*. Структурный подход определяет неологизмы как слова, имеющие абсолютно новую языковую и акустическую форму и структуру, как то: *hobbit* Толкиена. При этимологическом подходе неологизм понимается как уже существующее в языке слово, развившее новое значение: *umbrella* 1) ‘device used as protection against rain’; 2) ‘a protecting force or influence’. И, наконец, сторонники лексикографического подхода к неологизму вкладывают в это понятие, среди прочего, незафиксированность нового слова в словарях, например языковая единица *cinematherapy* ‘using films as therapeutic tools’, которая набрала 70 000 цитирований в поисковой системе Google, но пока не нашла отражения в лексикографических изданиях [Rets 2016].

Обобщив данные подходы, можно заключить, что даже общий для всех определений фактор новизны представляется неоднозначным и во многом противоречивым, так как исследователь должен определить для себя, является ли та или иная языковая единица новой для всех членов общества или только для определенной части носителей языка, для языка повседневного общения или только для определенного подъязыка, метаязыка и т.д.

В данной работе под неологизмами будем понимать слова или словосочетания, являющиеся новыми по своей форме и значению в текущий момент времени и имеющими новое социокультурное значение. Иным словами, к неологизмам

будем причислять как собственно новые слова по форме и значению, так и уже имеющиеся в номинативном фонде единицы, значение которых преобразовалось в силу изменения дискурсивной отнесенности.

ДИНАМИКА СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ НЕОЛОГИЗМОВ

На создание новых языковых единиц влияют различные факторы. Так, Л. Гилбер выделяет три таких фактора:

- 1) деноминативный (необходимость обозначить новый объект);
- 2) стилистический (потребность в экспрессивно окрашенной речи);
- 3) давление языковой системы (образование потенциально возможных слов на основе существующих моделей) [Gilbert 1975, цит. по Гацалова 2005].

По своей природе неологизмы в современном английском языке возникают на основании различных принципов. Многие лингвисты отмечают в качестве доминирующего на современном этапе принцип лингвистической экономии. Все более интенсивный ритм жизни и, как следствие, все острее ощущаемая нехватка времени приводят к изменению восприятия времени в XXI в., что отмечается социологами [Urry 2012]. Вполне естественно, что язык как своего рода зеркало социокультурной жизни изменяется вместе с обществом. При этом изменения затрагивают и саму природу языка, в частности его словообразовательные модели. Наиболее популярными становятся слияния, сокращения, аббревиации, которые позволяют выразить мысль, используя минимум языковых средств и затрачивая меньшее количество времени. Так, возникают слова *MOOC* ‘long-distance course’, *vomit* ‘vomit’, *hurry sickness* ‘an urgent and persistent need to feel busy or productive’, *sightjogging* ‘visiting a foreign city by jogging around it’.

Статистические данные также подтверждают это явление. По свидетельству В.И. Заботкиной, в 60—70 гг. аффиксация преобладала над словосложением, уступив ему только в 80-е гг. В конце XX столетия одними из наиболее продуктивных собственно языковых способов образования новой лексики в английском языке являлись словосложение (29,5% от всего корпуса неологизмов), аффиксация (24%) и конверсия (3%). В 2014 г. некоторые исследователи ставят сокращения (слияния, аббревиатуры, акронимы) на второе место по частотности [Воейкова 2015], в то время как несколькими годами ранее канадский исследователь Пол Кук в своей докторской диссертации 2010 г., анализируя 1186 наиболее частотных неологизмов, отмечает, что 43% новых слов образованы по принципу слияния (*blending*) [Cook 2010: 41]. Следует отметить, что в 1991 г. Джон Алджео, изучая динамику словообразовательных моделей неологизмов, утверждал, что на долю слияния приходится лишь 5% новых слов [Algeo 1991].

ИССЛЕДОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ: СФЕРЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Словообразовательным моделям неологизмов английского языка посвящены десятки работ отечественных и зарубежных ученых. Поэтому в данной статье нет смысла останавливаться на них подробно. Основная цель исследования, как уже отмечалось вначале, заключается в определении специфики популярных неоло-

гизмов английского языка и актуализации их в повседневном общении среднестатистических носителей английского языка.

Материалом послужили неологизмы, включенные в оксфордский онлайн словарь начиная с 2010 г. Общий объем анализируемых слов и выражений составил 77. Слова отбирались по принципу, как представлялось на начальном этапе изучения, наиболее частотного употребления носителями языка. Так, большая часть рассматриваемых лексических единиц была включена в списки слов года оксфордского словаря, которые формируются на основании статистических данных о частоте их использования в том или ином году.

Исследование включало два этапа: аналитический, состоящий из отбора и лексического анализа неологизмов, и интерактивный, заключающийся в опросе информантов.

Изложение результатов проведенного исследования начнем с лексического анализа новых номинативных единиц. В рассматриваемую группу слов вошли 58% существительных, 25% глаголов, 13% прилагательных и 4% аббревиатур, за которыми стоят более композиционно сложные, развернутые словосочетания. Таким образом, структурный и частеречный анализ свидетельствует о доминирующем количестве однословных языковых единиц, выраженных существительными, что в свою очередь говорит о большей необходимости носителей языка именовать вновь появившиеся явления или ситуации. Отметим, что 49% рассматриваемых слов образованы путем слияния (*blending*), что полностью подтверждает приведенные в теоретической части наблюдения относительно принципа языковой экономии в контексте ускоряющегося ритма жизни XXI в.

В семантическом плане можно выделить 5 обобщенных тематических групп/сфер функционирования:

- общественная и повседневная жизнь, включающая названия различных недавно возникших явлений, привычек, вошедших в обиход предметов и т.д. (39%): *wine o'clock* ‘an appropriate time of day for starting to drink wine’; *cidery* ‘a place where cider is made’; *to binge-watch* ‘to watch multiple episodes of a television programme in rapid succession’; *fandom* ‘the state of being a fan of someone or something’; *showrooming* ‘the practice of visiting a shop or shops in order to examine a product before buying it online at a lower price’; *omnishambles* ‘a situation that has been comprehensively mismanaged’; *sodcasting* ‘the practice of playing music through the loudspeaker of a mobile phone while in a public place’; *to mansplain* ‘when a man explains something to a woman in a manner regarded as condescending or patronizing’;

- компьютерные технологии и социальные сети (21%): *selfie* ‘a self-portrait photograph’; *to rage-quit* ‘to angrily abandon an activity that has become frustrating’; *AFK (away from the keyboard)*; *second screening* ‘the practice of watching television while simultaneously using a smartphone, tablet computer, laptop, or other screen device’; *webisode* ‘an episode of a series distributed as web television’; *to pocket-dial* ‘accidental placement of a phone call while a person's mobile phone is in the owner's pocket or handbag’;

- социально-экономическая сфера (12%): *bedroom tax* ‘a reduction in the amount of housing benefit if the property has more bedrooms than is necessary for the number of the people in the household’; *Eurogeddon* ‘the catastrophic potential financial collapse

in the Eurozone'; *squeezed middle* 'the section of society regarded as particularly affected by inflation, wage freezes, and cuts in public spending'; *crowdsourcing* 'the practice whereby an organization enlists a variety of freelancers, paid or unpaid, to work on a specific task or problem';

— общественно-политическая лексика (9%): *Brexit* 'potential withdrawal of the UK from the European Union'; *occupy* 'an international movement protesting against perceived economic injustice by occupying buildings or public places and staying there for an extended period of time'; *hacktivism* 'the subversive use of computers and computer networks to promote a political agenda'; *slacktivism* 'actions performed via the Internet in support of a political or social cause but regarded as requiring little time or involvement'; *indyref* 'independence referendum held in Scotland';

— антропоцентрические характеризующие номинации, описывающие людей и их потребности, умственные качества, взгляды и убеждения, стиль и т.д. (19%): *mobilvious* 'staring at your phone whilst walking or driving and oblivious of your surroundings'; *sapiosexual* 'a sapiosexual is a person who finds intelligence a sexually attractive quality in others'; *adorkable* 'unfashionable or socially awkward in a way regarded as appealing or cute'; *hangry* 'being so hungry that the lack of food causes a person to become angry and frustrated'; *on fleek* 'extremely good, attractive, or stylish'; *normcore* 'a trend in which ordinary, unfashionable clothing is worn as a deliberate fashion statement'; *lumbersexual* 'a young urban man who cultivates an appearance and style of dress suggestive of a rugged outdoor lifestyle'.

Мы признаем условность данного разделения по группам и названия самих тематических групп (см. рис.). Это вызвано рядом причин, и прежде всего наличием в одном слове сем, позволяющих отнести его сразу к нескольким областям.



Рис. Тематические группы неологизмов

В процентном соотношении самой продуктивной по образованию неологизмов является сфера общественной и повседневной жизни — 39%, за которой следует бурно развивающаяся область новых технологий, Интернет и социальных сетей — 21% и далее довольно разнородная группа, которую мы обозначили как антропоцентрические номинации, характеризующие людей и их потребности, способности, манеры и стиль и т.д., занимающую 19% от общего числа анализируемых слов.

ИНТЕРАКТИВНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ И АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ

Вторая часть исследования, нацеленная на выявление степени актуализации данных языковых единиц в речи носителей английского языка, заключалась непосредственно в опросе информантов — носителей языка, проживающих на территории Великобритании. В ходе опроса информантам предлагалось ответить на несколько вопросов, в частности о значении слова, частоте его употребления, возможных синонимах и прогнозах относительно потенциального закрепления лексемы в словарном составе языка.

Предваряя результаты анализа, стоит сделать оговорку, что в проведенном опросе принимали участие жители южных графств Англии — Хэмпшира, Суррей и Западного Сассекса и унитарных административных единиц Брайтон, Портсмут и Саутгемптон. Данный факт мог повлиять на результаты опроса, так как, возможно, в других частях и графствах Великобритании языковые тенденции несколько иные.

В XX в. большинству неологизмов требовалось время, чтобы прочно закрепиться в языке повседневного общения. Однако, как можно было бы предположить, в последнее десятилетие с развитием информационных технологий, социальных сетей и иных многообразных и широких возможностей для общения наблюдается не только интенсификация, ускорение процесса создания, но и, что принципиально важно для нас, быстрое распространение новых слов как в данном языковом коллективе, так и по всему миру.

Результаты оказались несколько неожиданными, поскольку группа информантов в возрасте от 25 до 45 лет определила значение лишь 36% слов. Однако, когда слова были представлены уже в контексте, информанты смогли понять значение 90% приведенных слов. Информанты возрастной группы 20—25 лет сообщили, что слышали либо встречали 50% слов, узнав их вне контекста. Однако активно, по мнению опрошенных, используются только 15—20% новых слов, которые отбирались для анализа. В основном это лексические единицы из сферы повседневной жизни, новых технологий и политico-экономического блока. В этой связи еще раз хотелось бы подчеркнуть специфику выбранных нами слов: большая часть лексем, включенных в опрос, публиковалась в списках слов года оксфордского словаря, которые формируются на основании высокой частоты использования.

Отношение информантов к подавляющему большинству неологизмов достаточно негативное. Они были охарактеризованы как «глупые», «ненужные» и неспособные надолго закрепиться в английском языке. Такое мнение выразила большая часть принимавших участие в опросе носителей языка, и, в частности, вся возрастная группа от 25 до 45 лет.

Подобное мнение не является новым, крайне отрицательное отношение носителей языка к новым, непривычным словам отмечалось неоднократно. Издание *The Telegraph* утверждает, что новые слова входят в язык настолько стремительно, что «проходят мимо» целого поколения ('terms ... have entered the language so quickly that they have bypassed the entire generation') [The Telegraph URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/11574196/new-forms-of-social-media-terms-which-parents-do-not-understand.html>].

Дэн Клейтон, анализируя восприятие языковых изменений, цитирует ряд представителей средств массовой информации, которые описывают новые слова, рождающиеся в молодежном сленге или пришедшие из американского варианта английского языка, как «упадок», «вырождение», «разрушение» английского языка ('decline, decay and collapse'), сравнивая их с видом каролинских серых белок, вытесняющих коренные виды, разрушая тем самым языковую экосистему ('like the grey squirrel destined to drive out native species and ravage the linguistic ecosystem') [Clayton 2016: 86—87].

С лингвистической, исследовательской точки зрения, необходимо отметить, что эмоциональная отрицательная реакция носителей языка на новые и зачастую непонятные слова и их потенциал не отражает объективной языковой картины.

Проанализировав значение всех предложенных для опроса лексем, можно с уверенностью констатировать, что 90% слов появились либо развили новые значения для обозначения новых реалий, не существовавших в языковой картине мира ранее.

Слова, без которых, на первый взгляд, можно было бы обойтись и которые могли бы иллюстрировать избыточность языковых средств выражения, составляют приблизительно 10%. Это языковые единицы, возникшие в молодежном сленге и вошедшие в современный английский язык некоторых социальных и возрастных групп. Однако, по точному наблюдению известного отечественного лингвиста И.Б. Левонтиной, все эти слова появляются потому, что в языке существуют смысловые лакуны, что есть фрагменты языковой картины мира, неописанные языком или описанные так, как это не устраивает носителей языка на данном этапе развития. Так, например, новое слово может появиться не для называния нового объекта или новой реалии, а с целью имплицитного выражения той новой эмоциональной составляющей, которая отсутствует в других близких по смыслу лексемах языка (стилистический фактор возникновения неологизмов, по Гилберу) [Левонтина URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dfzCehnmHf8>].

Мнение И.Б. Левонтинойозвучно мыслям известного лексикографа Джона Алджео, который писал: 'We use some new words because we take delight in them... They reflect changes in material and intellectual culture. And they show us something of the way human beings cope with problems and laugh at the absurdities of life' (Мы используем некоторые новые слова, потому что это доставляет нам определенное удовольствие... Они отражают изменения как материального мира, так и культурные. Они позволяют продемонстрировать то, как человек решает возникшие перед ним проблемы и смеется над нелепыми жизненными ситуациями) [Algeo 1991: 15].

Попытаемся разобраться в причинах, по которым многие рассмотренные нами новые слова не попадают в активное употребление у носителей языка.

Приведенное выше мнение журналиста Telegraph относительно большого количества новых слов, вошедших в язык так быстро, что они «прошли мимо целого поколения», безусловно, является одним из объяснений полученных нами результатов. С другой стороны, нельзя забывать о самих концептах, стоящих за новыми словами. Аллан Меткалф предложил использовать ряд факторов, определяющих

«жизнеспособность», или, по выражению Пола Кука, «успешность» нового слова ('successful' new words) [Cook 2010]. Это частота употребления (frequency), 'неочевидность' значения (unobtrusiveness), широта распространения и многообразие ситуаций использования (diversity of users and situations), потенциальная способность слова образовывать иные формы и значения (generation of other forms and meanings), а также продолжительность существования самого концепта, выражаемого данным словом (endurance of the concept to which the word refers). Представляется, что именно фактор многообразия ситуаций употребления и, в ряде случаев, продолжительности существования самого внеязыкового концепта являются ключевыми для понимания и объяснения результатов проведенного опроса. Многие неологизмы созданы для описания конкретной ситуации (*oblivious*, *second screening*, *hangry*, *mansplain*, etc.), и их использование ограничено рамками этой ситуации. Причины создания таких неологизмов уже назывались: это стремление выразить свою мысль или передать свое отношение к чему-либо, используя минимум языковых средств и затрачивая меньшее количество времени. Кратковременный характер некоторых концептов, получивших именование в настоящий период времени, либо кажущаяся кратковременность и «несерьезность» именованного понятия (*normcore*, *sapiosexual*, *AFK*, etc.), могут служить еще одним объяснением нежелания носителей языка использовать неологизмы, острого неприятия и отторжения многих лексических единиц, вошедших в английский язык и пытающихся найти в нем свое место.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог рассуждениям о причинах «успешности» или «неуспешности» тех или иных неологизмов английского языка, отметим, что языковые процессы происходят стремительно в сравнении с прошлыми периодами, в течение нескольких дней появляется столько же новых слов, сколько в иные времена появлялось на протяжении нескольких лет. Как метко заметила И.Б. Левонтина, язык в наше время живет как будто в ускоренной съемке [Левонтина URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dfzCehnmHf8>]. И если язык является отражением жизни народа, а лексика своего рода лакмусовой бумажкой для социальных и культурных изменений, то можно предположить, что новые слова, какими бы непривычными и нелепыми они не казались большей части общества вначале, появляются и становятся популярными не случайным образом. Их появление закономерно, так как они несут с собой новые идеи и ценности.

© Кольцова Е.А.

Дата поступления: 27.03.2017

Дата принятия к печати: 10.06.2017

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Войкова А.А. Особенности словообразования новой лексики в английском языке (на примере неологизмов, зафиксированных на Интернет-сайте www.wordspy.com) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 3. С. 119—122.

2. Гацаева Л.Б. Неология как наука в общей парадигме современного языкоznания (на материале русского и осетинского языков): дис. ... докт. филол. наук: Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х.М. Бербекова. Нальчик, 2005.
3. Левонтина И.Б. Язык как инструмент эволюции. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=dfzCehnmHf8> Дата обращения: 27.03.2017.
4. Algeo J. Fifty years among the new words: A dictionary of neologisms, 1941—1991. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
5. Barnhart D.K. Prizes and pitfalls of computerized searching for new words for dictionaries // Dictionaries. 1985. no 7. pp. 253—260.
6. Clayton D. Attitudes to language change and variation // Knowing about language: Linguistics and the secondary language classroom. London and New York: Routledge, 2016.
7. Cook P.C. Exploiting linguistic knowledge to infer properties of neologisms: [dissertation]. Canada: University of Toronto, 2010.
8. Metcalf A. Predicting New Words: The Secrets of Their Success. Boston, MA: Houghton Mifflin Company, 2004.
9. Rets I. Teaching Neologisms in English as a Foreign Language Classroom // International Conference on Teaching and Learning English as an Additional Language, GlobELT 2016, 14—17 April 2016, Antalya, Turkey. Procedia: Social and Behavioral Sciences, 2016. no 232. pp. 813—820.
10. The Telegraph. English language is changing faster than ever, research reveals. Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/11574196/new-forms-of-social-media-terms-which-parents-do-not-understand.html>. Дата обращения: 27.03.2017.
11. Urry J. Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century. London and New York: Routledge, 2012.

УДК: 811.111'373.43

DOI: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-604-613

NEOLOGISMS IN THE ENGLISH LANGUAGE IN THE 21ST CENTURY

Elena A. Koltsova

Ivanovo State Power Engineering University
34, Rabfakovskaya Str., Ivanovo, Russia 153003

Abstract. The article focuses on analysis of nominative processes and lexical change occurring in English at the present stage of language development. Lexical system, being the most flexible and accessible, constantly evolves with the development of society embracing new lexical means and thus reflecting current social trends. New recently coined English words are the object of this article.

The material included neologisms which have been added to oxford online dictionaries since 2010. Most of these lexical units have been selected for Oxford Word of the Year shortlists, compiled on the basis of their frequent use and significance in a particular year.

A brief review of theoretical approaches to studying neologisms and the factors influencing their coinage is accompanied by comparative studies of statistical data conducted by linguists in late twentieth and early twenty-first centuries. This paper examines some distinctive characteristics of popular English neologisms and their actualization in everyday communication of native speakers of the English language.

The research consisted of two stages: analytical, which included lexical analysis of neologisms, and interactive presenting an informant survey. A number of generalized thematic groups / functioning spheres have been identified in the semantic aspect during the initial stage. The degree of actual usage of these linguistic units by native English speakers has been determined in the survey of informants. The analysis of survey results has been performed and the attitude of native speakers to new and emerging words has

been considered. An attempt has been made to reveal the underlying causes of the current changes and to propose an interpretation of the results received.

Key words: neologisms, language evolution, linguistic change, spheres of functioning, linguistic picture of the world

REFERENCES

1. Algeo, J. (1991). Fifty years among the new words: A dictionary of neologisms, 1941—1991. Cambridge: Cambridge University Press.
2. English language is changing faster than ever, research reveals (2015). *The Telegraph*. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/newtopics/howaboutthat/11574196/new-forms-of-social-media-terms-which-parents-do-not-understand.html> (accessed: 27.03.2017).
3. Barnhart, D.K. (1985). Prizes and pitfalls of computerized searching for new words for dictionaries. *Dictionaries*, 7, 253—260.
4. Clayton, D. (2016). Attitudes to language change and variation. In: *Knowing about language: Linguistics and the secondary language classroom*. Routledge, London and New York.
5. Cook, P.C. (2010). Exploiting linguistic knowledge to infer properties of neologisms: [dissertation]. Canada: University of Toronto.
6. Gatsalova, L.B. (2005). Neology as a science in modern linguistics paradigm (on the basis of Russian and Ossetian languages): [dissertation]. Nalchik: Kabardino-Balkarian State University. (in Russ).
7. Levontina, I.B. Language as an evolution instrument. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dfzCehnmHf8> (accessed: 27.03.2017). (in Russ).
8. Metcalf, A. (2004). *Predicting New Words: The Secrets of Their Success*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.
9. Rets, I. (2016). *Teaching Neologisms in English as a Foreign Language Classroom. International Conference on Teaching and Learning English as an Additional Language*, GlobELT 2016, 14—17 April 2016, Antalya, Turkey. Procedia: Social and Behavioral Sciences, 232, 813—820.
10. Urry, J. (2012). *Sociology beyond societies: Mobilities for the twenty-first century*. Routledge.
11. Voyeykova, A.A. (2015). Specific features of word-formation of new vocabulary in English (based on neologisms registered on the website www.wordspy.com). *International Journal of Applied and Fundamental Research*, 3, 119—122. (in Russ).

Для цитирования:

Кольцова Е.А. Неологизмы английского языка XXI века // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 2017. Т. 8. № 3. С. 604—613. doi: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-604-613.

For citation:

Koltsova, E.A. (2017). Neologisms in the English Language in the 21st Century. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 8(3), 604—613. doi: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-604-613.

Elena A. Koltsova, 2017. RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics, 8(3), 604—613. doi: 10.22363/2313-2299-2017-8-3-604-613.

Сведения об авторе:

Кольцова Елена Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры интенсивного изучения английского языка Ивановского государственного энергетического университета; научные интересы: pragmalingвистика, когнитивная лингвистика, речевое воздействие; e-mail: elena.a.koltsova@gmail.com.

Bio Note:

Koltsova Elena Aleksandrovna, PhD of Philology, Associate Professor of Intensive English Learning Department, Ivanovo State Power Engineering University; *research interests*: pragmatics, cognitive linguistics, linguistic manipulation; e-mail: elena.a.koltsova@gmail.com.