

Научная статья

УДК 81'373.43=111

DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-3-64-79

Когнитивно-прагматический и лингвокультурный потенциал англоязычных массмедийных неониминаций человека и его взаимоотношений

Антонина Вадимовна Самойлова¹

Наталья Борисовна Шершнева²

Кубанский государственный университет
Краснодар, Россия

¹ antina@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9047-0772>

² nataliashersheva@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4979-8717>

Аннотация

Неологизация в рамках массмедийного дискурса является неотъемлемой частью современного этапа развития английского языка. Неологизмы рассматриваются с позиции единиц языка, наиболее точно передающих лингвокогнитивные и лингвокультурные представления англоговорящего социума. Целью исследования является анализ семантики англоязычных массмедийных неониминаций человека и его взаимоотношений на предмет оценки их аксиологической маркированности как основного аспекта формирования когнитивно-прагматического потенциала. Помимо общенаучных методов исследования, включающих сбор, анализ и обобщение материала по неологии и прагматике использования языковых средств, был использован ряд узкоспециализированных методов компонентного, таксономического и контекстуального анализа в комбинации с описательным и интерпретативными элементами. Лингвистический материал исследования составили неологизмы, отобранные методом сплошной выборки из массмедийных ресурсов и авторитетных англоязычных лексикографических источников, включенные в период с 2022 по 2024 г. Кластер неониминативных лексем представлен следующими группами: неониминации человека в контексте личных взаимоотношений, неолексемы, отражающие психоментальную природу человека и неониминации, отражающие социально-бихевиористскую природу человека, неониминации, связанные с работой или профессиональной деятельностью. Неолексемы, описывающие формы личных взаимоотношений, а также неологизмы, номинирующие формы социопроявленности, составили кластер лексических единиц, характеризующих виды антропоцентрических взаимодействий. Было установлено, что неолексика как продукт социальных потребностей обладает значительным прагматическим потенциалом ввиду вариативности поведенческих проявлений коммуникантов. Нейтральный коннотативный компонент в семантике неолексем повышает многозначность и прагмаориентированную направленность в разных контекстуальных средах.

Ключевые слова

антропоцентрический неологизм, англоязычный социум, аксиологическая маркированность, неолексика, неониминация

Для цитирования

Самойлова А. В., Шершнева Н. Б. Когнитивно-прагматический и лингвокультурный потенциал англоязычных массмедийных неониминаций человека и его взаимоотношений // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2025. Т. 23, № 3. С. 64–79. DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-3-64-79

© Самойлова А. В., Шершнева Н. Б., 2025

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2025. Т. 23, № 3

Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 2025, vol. 23, no. 3

Cognitive-Pragmatic and Linguocultural Potential of English Massmedia Neonominations of Human Beings and Their Interactions

Antonina V. Samoylova¹, Natalia B. Shershneva²

Kuban State University,
Krasnodar, Russian Federation

¹antina@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9047-0772>

²nataliashershneva@rambler.ru, <http://orcid.org/0000-0002-4979-8717>

Abstract

Neologization of mass media discourse is an inseparable part of the English language development. Neologisms are viewed as language units, which accurately reflect linguocognitive and linguocultural ideas of the English-speaking community. The aim of the research is the semantic analysis of English mass media nominations of human beings' nature and their relations for the evaluation of the axiological markedness as a major aspect in the formation of cognitive-pragmatic potential. Apart from general scientific research methods which include compilation, analysis, and summarizing of the material in neology and pragmatics of language means usage, a number of ad hoc methods, in particular componential, taxonomic and contextual analysis in combination with descriptive and interpretative elements have been applied. Linguistic material of the research consists of neologisms chosen by means of continuous sampling method from mass media resources and authoritative English lexicographic sources for the period from 2022 to 2024. The cluster of neonominate lexemes is represented by the following groups: neonominations of a human being in the context of personal relations, neolexemes reflecting psychomental nature, human being social-behavioral neonominations, and neonominations connected with work or occupation. Neolexemes which describe forms of interpersonal relationships and neologisms nominating forms of social presence compile the cluster of lexical units which characterize kinds of anthropocentric cooperation. It has been stated that neolexis, as a linguistic result of social demands, possesses notable pragmatic potential considering flexibility of communicants' behavioral performances. Neutral connotative component in the semantics of neolexemes maximizes polysemy and their pragmatically oriented trend in different contextual environments.

Keywords

anthropocentric neologism, English-speaking community, axiological markedness, neolexis, nomination

For citation

Samoylova A. V., Shershneva N. B. Cognitive-Pragmatic and Linguocultural Potential of English Massmedia Neonominations of Human Beings and Their Interactions. *Vestnik NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2025, vol. 23, no. 3, pp. 64–79. DOI 10.25205/1818-7935-2025-23-3-64-79

Введение

Динамика взаимоотношений представителей современного социума, являющихся в большинстве своем активными потребителями медиаконтента, находит отражение в вербальной коммуникации в рамках различных дискурсов медиапространства, под которым понимается «структурное смысловое коммуникативное поле, формирующее ментальную деятельность социума, исходя из целей и задач социальной коммуникации» [Патюкова, Оломская, 2021. С. 5]. Соответственно, проблема полноценного понимания и использования языковых новообразований, выполняющих функции номинации и категоризации как участников коммуникативного процесса, так и социальных явлений, приобретает все большую значимость.

Проблематика неолексик не нова, тем не менее новизна представленного исследования объясняется выбором лингвистического материала, для которого характерен непродолжительный период циркуляции в языке, а также способность репрезентации непосредственно происходящих в англоязычном социуме явлений. Актуальность исследования заключается в целесообразности проведения анализа лингвистического материала, иллюстрирующего характерные для современного английского языка словообразовательные процессы, а также отражающего лингвокогнитивные и лингвокультурные представления носителей английского языка.

Вопросам неологии посвящено значительное количество работ, и интерес к процессам актуализации языка, его пополнения и видоизменения только растет. Работы В. В. Елисейевой [2015], Ю. А. Зеремской и др. [2019], Л. А. Кауфовой, И. Б. Кауфовой [2022], Д. Ш. Нуруллаевой [2022], Э. В. Семеновой [2020], Т. Thuу [2024] отражают специфику структурно-семантических характеристик неологизмов. Тематике функционирования неологизмов в различных видах дискурсивных практик (политическом, туристическом, урбанистическом, интернет-дискурсе) посвящены работы А. Е. Бельковой [2018], С. Х. Липириди [2022], А. В. Самойловой [2023], Т. О. Frank [2020], Q. Wurschinger [2023]. Когнитивно-прагматические аспекты неологизмов нашли отражение в работах И. Н. Зениной, И. Г. Ищенко [2019], В. В. Катерминой [2024], D. Kerremans [2015].

Цель данного исследования состоит в описании особенностей англоязычной массмедийной неологизмов дискурсивной области «Человек и его взаимоотношения» с точки зрения реализации прагмакогнитивного и лингвокультурного потенциала. В задачи исследования входил анализ специализированной литературы по тематике работы, отбор эмпирического лингвоматериала, распределение отобранной неологизмов по тематическим группам, выявление когнитивно-прагматических и лингвокультурных импликаций в семантике неологизмов.

Методологию исследования составила комбинация общих методов научного познания, включая сбор, анализ, описание и обобщение тематического материала, гипотетико-дедуктивный метод, и узкоспециализированных методов компонентного, таксономического и контекстуального анализа, направленных на оценку когнитивно-прагматических и лингвокультурных характеристик рассматриваемых неологизмов.

Лингвистический материал исследования составили англоязычные неологизмы массмедийного дискурса, зафиксированные в таких электронных лексикографических источниках, как Cambridge Dictionary Blog¹, Cambridge Dictionary Online², Dictionary.com³, Merriam Webster Dictionary⁴, Oxford English Dictionary⁵, Oxford Learner's Dictionary⁶, а также отобранные методом сплошной выборки на сайтах Australia Reader's Digest⁷, Grant Pearson Brown Consulting Limited⁸, Mental Floss⁹, Oxford Language Club¹⁰, Oxford House¹¹, Reuters.com¹². Отслеживание и отбор неологизмов в постах электронных лексикографических источников проводился в период с января по июль 2024 г.

¹ Cambridge Dictionary Blog. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/> (accessed: 11.07.2024).

² Cambridge Dictionary Online. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (accessed: 11.07.2024).

³ Dictionary.com // <https://www.dictionary.com/e/c/new-words/> (accessed: 05.07.2024).

⁴ Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/wordplay/new-words-in-the-dictionary> (accessed: 19.07.2024).

⁵ Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com> (accessed: 01.08.2024).

⁶ Oxford Learner's Dictionary. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/wordlist/new_words (accessed: 01.07.2024).

⁷ Australia Reader's Digest. URL: <https://www.readersdigest.com.au/culture/10-new-words-added-to-the-oxford-english-dictionary-for-2023?pages=2> (accessed: 27.06.2024).

⁸ Grant Pearson Brown Consulting Limited // URL: <https://www.gpb.eu/2023/05/neologisms-new-words.html> (accessed: 15.05.2024).

⁹ Mental Floss. URL: <https://www.mentalfloss.com/posts/oxford-english-dictionary-new-words-spring-2023> (accessed: 23.05.2024).

¹⁰ Oxford Language Club. URL: <https://oxfordlanguageclub.com/page/blog/10-trending-english-words-of-2022> (accessed: 29.05.2024).

¹¹ Oxford House. URL: <https://oxfordhousebcn.com/en/8-new-english-words-you-need-for-2022/> (accessed: 01.06.2024).

¹² Reuters.com. URL: <https://www.reuters.com/> (accessed: 28.04.2025).

Результаты исследования

Когнитивно-прагматический потенциал неолексики

Неологизмы отражают различные процессы общества и их динамику (социальные изменения, политические «предпочтения», озабоченности, образ жизни и т. д.), служат средствами кодификации нового культурного опыта, передают национально-культурную идентичность [Семенова, 2020. С. 61 (здесь и далее перевод наш – А. С., Н. Ш.)]. Появление языковых инноваций является закономерным процессом эволюции языка ввиду необходимости адаптации коммуникативного процесса к динамично изменяющимся условиям социального взаимодействия и запроса общества на именованье новых понятий и явлений. Именно «необходимость создания новой языковой формы для нового содержания, что реализуется, как правило, через регулярное или семантическое словообразование», составляет прагматический аспект языка [Зенина, Ищенко, 2019. С. 25]. Ярчайшим примером взаимосвязи языка и экстралингвистических социальных потребностей стала «эпоха COVID-19» со всеми характерными ограничениями и нововведениями, что реализовалось в своеобразном неолексическом буме за относительно непродолжительный отрезок времени. Так, к примеру, в состав «Словаря русского языка коронавирусной эпохи», выпущенного Институтом лингвистических исследований РАН, вошло 3 500 слов, актуализированных в русском языке только в период 2020–2021 гг. [Словарь русского языка коронавирусной эпохи]. Соответственно, именно ситуативный, дискурсивный контекст порождает речетворчество и пополнение лингвистического корпуса для достижения коммуникативных целей.

Интегративный уровень речемыслительной деятельности предполагает использование единиц языка как средств номинации элементов окружающей действительности и их адаптацию через языковое общение. Сам процесс адаптации включает не только референцию семантического значения неоединицы в коммуникативное пространство, но и учет семиотического подтекста, когнитивных представлений говорящего об уместности и целесообразности ее контекстуального использования, импликаций и подразумеваемых интенций говорящего. При этом прагматическое описание осуществляется не только с точки зрения внутренней структуры языкового новообразования (элементов его семантики), но и с точки зрения трансактивной ситуации, прежде всего намерений речевого субъекта, использующего неолексему, а также предпосылок и следствия ее использования [Киклевич, 2022]. Таким образом, прагматический аспект языковых новообразований реализуется в понимании имплицитных интенций говорящего, закодированных в его речи, «с возможностью установления, являлись ли они преднамеренными или же спонтанными» [Вульфович, 2023. С. 5–6], а прагматический потенциал неолексем составляет именно консеквент импликации как операции логического вывода. Связь между вербальными и невербальными единицами коммуникации, а также ненаблюдаемыми структурами сознания и механизмами ввода имплицитной информации определяется через когнитивно-прагматический анализ [Бронникова, Головкин, 2024]. Его конечным результатом является выявление семиотического социально-культурного кода, знакового с точки зрения аксиологической маркированности ценностного или антиценностного веса рассматриваемой неолексемы, валидности ее использования в долгосрочной перспективе. Таким образом, в рамках данного исследования использовался следующий алгоритм выявления/оценки когнитивно-прагматического потенциала неолексики: 1) рассмотрение генезиса и этимологии отдельных неолексем, 2) анализ компонентов семантического значения, 3) определение элементов коннотативного компонента значения, имеющих имплицитивные свойства, 4) рассмотрение использования неолексем в медиаконтексте с учетом лингвокультурной специфики.

Прагмакогнитивный анализ англоязычных неонимаций человека

Под номинацией человека подразумевается исторически сложившийся в рамках национально-культурной ориентации ценностный образ языковой личности, включающий морально-этические, эстетические, прагматические установки и нормы [Катермина, 2016]. Соответственно, в самой семантике данного понятия лежит прагмаориентированная сущность универсального обозначения коллективного представления о характерном образе участника социального взаимодействия, а также его поведенческих проявлений.

Отобранные неонимации представляют собой актуальные когнитивные образы типичных представителей англоязычного социума, что подтверждается включением данных лексем в перечни авторитетных электронных лексикографических источников в период с 2022 по 2024 г. Семантический анализ англоязычных неонимаций человека позволил выделить следующие тематические группы (рис. 1):

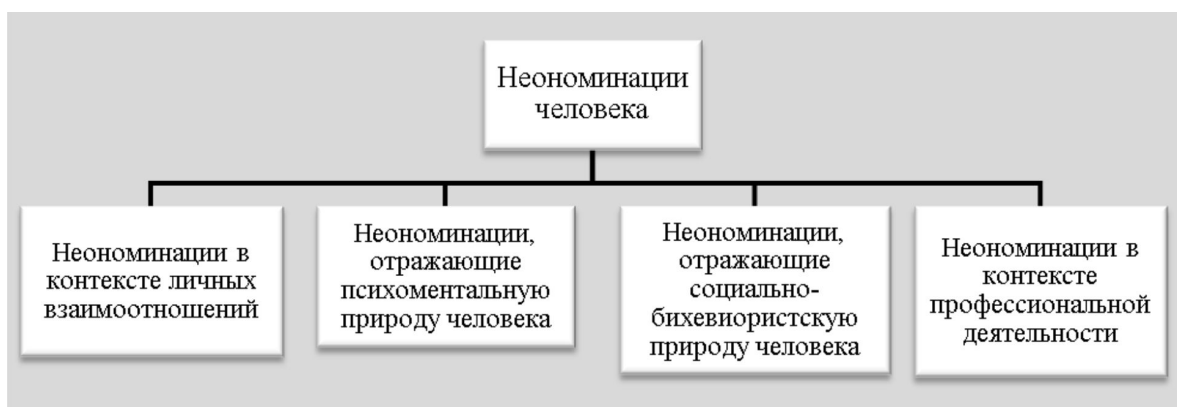


Рис. 1. Тематическое распределение лексических единиц, обозначающих неонимации человека
 Fig. 1. Thematic distribution of lexical units defining neonominations of a human being

Рассмотрим каждую из представленных групп:

- неонимации человека в контексте личных взаимоотношений: *airport dad* – either the father of a family, or anyone who takes charge of organizing a holiday with a group and likes to arrive at the airport very early – ‘отец, занимающийся организацией отпуска’, ‘человек, который прибывает в аэропорт задолго до вылета’, *DINKWAD* (abb. dual income, no kids, with a dog) – a representative of a young couple in which both partners earn money and have a dog instead of children – ‘пара, в которой каждый из партнеров хорошо зарабатывает, при этом не имеет детей, но имеет собаку’, *nepo baby / nepo parent* – the child / the parent of an actor, musician, etc. who achieves success because of their famous relative – ‘ребенок знаменитостей’, ‘родитель-знаменитость’, *SINK* (abb. single income, no kids) – a household where one person earns an income and there are no children – ‘человек, не состоящий в отношениях, имеющий собаку’ (Cambridge Dictionary Blog); *CODA* – a person who has one or more parents or guardians who are deaf or hard of hearing – ‘ребенок/дети глухих родителей’ (Australia Reader’s Digest); *groomzilla / bridezilla* – a member of a couple thought to have become intolerably obsessive or overbearing in planning the details of the wedding – ‘жених/невеста, зацикленные на своей свадьбе’, *skelpie* – an insolent or mischievous child, esp. a girl; a person regarded or treated as being of little worth – ‘непослушный, дерзкий ребенок, в особенности девочка’, ‘человек, которого не ценят’, *gimp* – a physically unattractive person who takes a submissive or subservient role – ‘физи-

чески непривлекательный человек, сексуальный паб' (Mental Floss); *sharent* – a parent obsessed with sharing lots of detailed information about their kid in social media – 'шэарент, родитель, публикующий в сети слишком много информации о своем ребенке' (Oxford Language Club). Так, рассмотрим прагмакогнитивный потенциал лексемы *DINKWAD* более подробно. Неологизм *DINKWAD* (Cambridge Dictionary Blog) во многом отражает современные реалии англоязычного социума с его прагматичностью и исключительной ориентированностью на личное финансовое благосостояние, что обуславливается социально-экономическими предпосылками и психологическими установками на успешность: "There is a new American Dream: Becoming a DINKWAD – double income, no kids, with a dog ... It's the latest economic and lifestyle trend to take over TikTok" (Business Insider¹³). Поскольку дефиниция акронима не содержит коннотативных элементов, следует отметить, что его имплицативный потенциал вариативен и может передавать как положительную, так и отрицательную оценочность, в зависимости от индивидуальных когнитивных представлений говорящего. Однако приведенный контекстуальный пример, как и общая тональность статьи 'Meet the DINKWADs' в электронном журнале Business Insider¹⁴, иллюстрирует положительное отношение к описываемому феномену, приводя в качестве аргументов истинную свободу выбора и проявления личности, номинированной данной неолексемой;

- неолексемы, отражающие психоментальную природу человека: *crazy-pants* – a person completely lacking in common sense, reason, or intelligence; a highly eccentric person – 'чужак, неадекват, чудо в перьях'; *demimonde* – any group that is regarded as disreputable or as being on the fringe of mainstream or conventional society or culture – 'демимонд, полусвет, любая социальная группа, участники которой пользуются дурной репутацией, отвергают общепринятые правила общества и культуру'; *easy rider* – a person, typically a motorcyclist, viewed as representing freedom from responsibility, an alternative subculture, and an adventurous lifestyle; a sexually satisfying lover; a man who is financially reliant on a woman – 'странствующий мотоциклист, альфонс, везунчик, бабник'; *freako* – a highly unconventional or bohemian person regarded as strange or sinister – 'урод, извращенец, псих'; *lamester* – a dull, unimpressive person; someone regarded as social inept or out of touch – 'скучный, невпечатляющий, низкий человек, асоциальная личность' (Mental Floss); *egosurfer* – a person who boosts his ego by searching for his own name on Google and other search engines – 'искатель информации в Интернете о себе' (Merriam Webster Dictionary); *fitspiration* – a person that serves as motivation for someone to sustain or improve health and fitness – 'стимул поддерживать себя в хорошей физической форме, фитнес-кумир' (Oxford Language Club); *parasocial* – a relationship characterized by the one-sided sense of intimacy felt by a viewer, fan, or follower for a well-known or prominent figure (f. ex. media celebrity), in which the fan comes to feel that he knows the celebrity as a friend – 'пара-социальный, тип односторонних отношений, при котором человек испытывает близость с известной медиаличностью и считает ее своим другом' (Australia Reader's Digest); *super distruster* – someone who thinks their country has many serious problems caused by politicians who should not be trusted at all – 'человек, относящийся с большим недоверием к руководству страны' (Cambridge Dictionary Blog). Следует отметить, что лексемы *easy rider*, *freako* и *crazy-pants* допустимо включить и в первую группу неонимаций, описывающих языковые образы с позиции личных взаимоотношений ввиду их полисемии и вариативности контекстуального использования. К примеру, рассматривая неолексему *easy rider* в первом значении, очевидной становится сфера персонифици-

¹³ Business Insider // URL: <https://www.businessinsider.com/what-is-dinkwad-double-income-no-kids-dog-tiktok-trend-2023-2> (accessed: 21.07.2024).

¹⁴ Business Insider. URL: <https://www.businessinsider.com> (accessed: 01.08.2024).

рованных интересов и ценностных ориентаций (freedom from responsibility, alternative subculture, adventurous lifestyle), что дает основание включить данную лексическую единицу в группу неолексем, используемых для характеристики когнитивно-аксиологических доминант личности, в то время как вторичные семантические смыслы (a sexually satisfying lover; a man who is financially reliant on a woman) (Oxford English Dictionary) отражают смысловой компонент построения взаимоотношений личного характера.

На основании проведенного дефиниционного анализа представленная группа неолексем объединена когерентными компонентами смысла, такими как индивидуально-психологические черты (эмоциональность, подавленность, асоциальность, любвеобильность, авантюризм, эксцентричность) и ментальные ресурсы личности, в частности мотивация, воображение, критическое мышление, неопытность;

- неонимации, отражающие социально-бихевиористскую природу человека. В то время как семантика неонимаций, подразумевающих личные взаимоотношения, более «персонифицирована» и предполагает близкие, например, родственные связи, семантика неологизмов данной группы фокусируется в большей степени на взаимосвязи поведения личности, ее индивидуальных предпочтений с социальными факторами, к примеру, влиянием общественных норм, стереотипов, культурных традиций и т. д., в том числе в опосредованной форме: *anti-fan* – someone who posts a lot of negative comments about a famous person on social media websites – ‘антифан, тот, кто размещает многочисленные негативные комментарии об известных личностях в соцсетях’, *friendlord* – someone who rents out a room in their house to a friend – ‘тот, кто сдает комнату в доме своему другу’ *guppie* (abb. given up on property) – a young person who has given up on the idea of ever being able to buy their own home – ‘молодой человек, отказавшийся от идеи приобретения собственного жилья’, *HENRY* (abbr. high earner, not rich yet) – someone who earns a lot of money but has few savings or other assets – ‘человек, который зарабатывает много денег, но не имеет значительных накоплений или активов’, *snail girl* – a woman who thinks that being happy and enjoying a relaxed lifestyle is more important than working too hard and putting herself under pressure – ‘женщина, которая ставит в приоритет расслабленный образ жизни и личное счастье, но не карьеру’ (Cambridge Dictionary Blog); *edgelord* – someone who makes intentionally shocking statements esp. on internet forums for the purpose of stirring up controversy or upsetting people’s feelings – ‘эдждорд, циник, шутник на грани фолла’, *girlboss* – an ambitious and successful woman (esp. a businesswoman or entrepreneur) – ‘амбициозная успешная женщина, лидерка’ (Merriam Webster Dictionary); *porch pirate* – a person who steals parcels that have been delivered and left unattended outside the intended recipient’s home – ‘похититель посылок’, (Australia Reader’s Digest); *stan* – an overzealous or obsessive fan of a particular celebrity – ‘фан, настойчивый фанат’ (Oxford Language Club). В качестве смыслового ядра большинства из представленных единиц лежат имплицитивно подразумеваемые любые отклонения от общепринятой социальной нормы или культурных стереотипов как в сторону одобрения на основании положительной аксиологической маркированности, так и в сторону порицания ввиду ее отрицательной направленности. Так, индивидуально-авторский неологизм *snail girl*, предложенный Сиенной Ладби, автором статьи «“Snail girl era”: Why I’m slowing down and choosing to be happy rather than busy» в австралийском журнале *Fashion Journal*¹⁵, удачно иллюстрирует современные когнитивные представления о смещении у работающих женщин жизненных приоритетов в сторону личного психофизического комфорта. Изначально являясь окказионализмом, лексическая единица *snail girl* получила широкое распространение ввиду востребованности философии комфорта и самодостаточности. Как и дефиниция неолексемы, так и ее контекстуальное использование иллюстрируют

¹⁵ *Fashion Journal*. URL: <https://fashionjournal.com.au/life/snail-girl-era/> (accessed: 05.08.2024).

положительную оценочность в рамках коннотативного значения, поскольку символизируют стремление к укреплению комплексного психофизического состояния в условиях трудозатратных реалий современности, а также противопоставляют данное понятие другой актуальной неолексеме *girlboss*: “The days when the girlboss was hailed a feminist icon are over and now Gen Z are ushering in the era of the “snail girl” – a trend that sees women prioritize a slower life of happiness and self-care over hustle culture and overwork” (Business Insider¹⁶);

- неониминации, связанные с работой или профессиональной деятельностью: *dish dog* – a person employed to wash dishes and carry out other menial tasks in the kitchen; a kitchen porter – ‘посудомойка, тот, кто выполняет ручную работу на кухне’ (Mental Floss); *finfluencer* – a specific type of influencer who specializes in money-related topics – ‘определенный тип инфлюэнсеров, специализирующийся на освещении финансовых вопросов’, *petfluencer* – a person who gains a large following on social media by posting entertaining images or videos of their pets – ‘определенный тип инфлюэнсеров, специализирующийся на тематике домашних питомцев’ (Oxford Language Club); *gig worker* – a person who works temporary jobs typically in the service sector as an independent contractor or freelancer – ‘рабочий-фрилансер’ (Oxford House); *movement director* – someone who creates sequences of movements for fashion models to perform on the catwalk – ‘постановщик сценического движения на подиуме’, *tethered nomad* – someone who spends part of their time living and working in a single location and the rest of their time travelling so that they can live and work in different places – ‘привязанный кочевник, сотрудник, не имеющий постоянного места жительства’, *wanderpreneur* – someone who does not have a permanent office or home and spends time living with their family and working in different towns and countries – ‘странствующий предприниматель, тот, у кого нет постоянного дома или офиса, человек, работающий из разных городов или стран’, *WFH* – abbr. working from home / *WFB* – abbr. working from boat – ‘тот, кто работает из дома / тот, кто работает проживая на яхте, судне’ (Cambridge Dictionary Blog). На появление большинства представленных в данной группе неолексем напрямую повлияли внелингвистические факторы, в частности, развитие информационных технологий, возможность работать дистанционно, аспекты социально-экономического характера, лежащие в основе убеждений о невозможности или отсутствии необходимости владения постоянным жильем. Исходя из первичного анализа семантики данных неониминаций, большинство из них являются коннотативно-нейтральными, поскольку их значения не содержат элементов эмоционально-оценочного или национально-культурного характера. Исключение составляет лексическая единица *dish dog*, в составе которой присутствует пейоративно окрашенная лексема *dog*, используемая для именованья человека. Отсутствие эксплицитно представленного коннотативного компонента в дефиниции делает неолексемы данной группы аксиологически вариативными, в зависимости от контекстуального использования и импликаций говорящего. Рассмотрим коннотативно-нейтральную лексему *finfluencer* на предмет вариативности ее оценочного потенциала: “<...> the average finfluencer’s skill level is close to zero, 28 % of finfluencers provide valuable investment advice, <...> 17 % of finfluencers are unskilled, <...> the majority, 55 %, are antiskilled, and following their advice results in monthly abnormal returns of –2.3 %” (Kakhbod, Kazempour, Livdan, 2024). Представленный пример содержит фактические данные, подтверждающие неэффективность следования рекомендациям финфлуэнсеров, что иллюстрирует преднамеренную интенцию авторов обезопасить аудиторию от непрофессионального финансового консультирования, а сама лексическая единица приобретает отрицательную оценочность. Одна-

¹⁶ Business Insider. URL: <https://www.businessinsider.com/tiktok-trend-snail-girl-women-girl-bossing-slower-lifestyle-2023-10> (accessed: 23.07.2024).

ко следующий пример демонстрирует трансформацию оценочного значения лексемы *finfluencer*: “<...> finfluencers play an increasingly relevant role as sources of information” (<https://agenciacomma.com/en/specialized-communication/finfluencers/>¹⁷). В данном случае аксиологическая маркированность лексемы положительна, соответственно консеквент импликации как операции логического вывода заключается в формировании образа финфлуэнсера со знаком плюс.

Прагмакогнитивный анализ англоязычных неолексем, описывающих разные типы взаимоотношений

Анализ антропоцентрической неолексики был бы неполным без рассмотрения единиц, характеризующих различные формы человеческих взаимодействий, на основании чего были выделены следующие тематические группы (рис. 2):

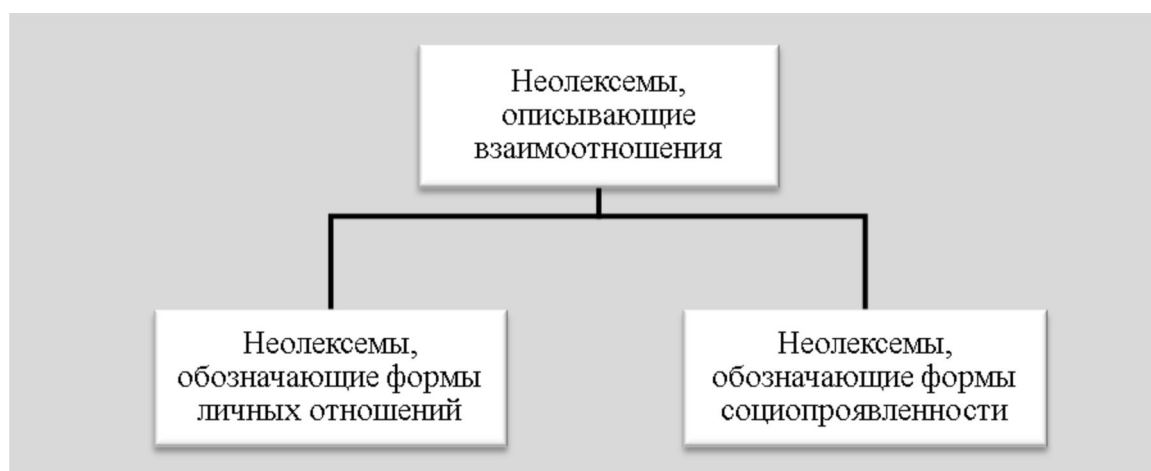


Рис. 2. Тематическое распределение неолексем, описывающих взаимоотношения
Fig. 2. Thematic distribution of neologisms which define relations

Рассмотрим каждую из групп более подробно:

- неолексемы, описывающие формы личных взаимоотношений. Следует отметить, что данная немногочисленная группа неологизмов является тематически релевантной по отношению к группе неонаминаций человека в аналогичном контексте, но содержательно носит абстрагированный универсально-применимый характер: *situationship* – ‘a romantic or sexual relationship that is undefined and noncommittal’ – ‘ситуотношения, недоотношения, сексуальная дружба – форма отношений “больше, чем дружба, но меньше, чем любовь”’ (Oxford Language Club); *soft separation* – an arrangement by which two married people stop living together but do not get divorced – ‘мягкое расставание, когда супруги перестают жить вместе, но не оформляют развод официально,’ *teen-ternity leave* – a period of time when someone chooses not to have a job because they are eager to spend more time with their teenage children – ‘период времени, когда родитель отказывается от работы ради проведения большего времени со своими детьми-подростками’ (Cambridge Dictionary Blog). Именно вариативность взаимоотношений, склонность к полигамности, а также либерализм выстраивания жизненного вектора обосновывают необходимость введения новых лексических единиц в речь. Так, в качестве семантической основы

¹⁷ Finfluencers: opportunity or threat for the financial industry? // Agencia comma. URL: <https://agenciacomma.com/en/specialized-communication/finfluencers/> (accessed: 15.04.2025).

понятия *situationship* лежит невербализованный культурный концепт свободы, личной независимости, отсутствия обязательств, имеющий существенное значение для англоязычного социума. Дефиниция термина не содержит прямых коннотативно-оценочных характеристик, при этом анализ публикаций массмедийных изданий по тематике данного явления показал заинтересованность к трансформации отношений в стиле *situationship* в полноценные романтические отношения. К примеру, статьи в электронных версиях журналов *Vogue*¹⁸ и *Psychologists*¹⁹, заканчивающиеся разделами «Как сделать Ваши недоотношения отношениями», подтверждают умозаключение о скорее отрицательной коннотативной оценочности, имплицитно содержащейся в семантике описываемого понятия. Следовательно, имплицитной интенцией личности, состоящей в данном типе отношений, будет возможный консеквент в виде придания личным взаимоотношениям более серьезного характера или наоборот, их прерывание;

- неолексемы, номинирующие формы социопроявленности: *anti-establishmentarianism* – the attitude of a person that views a nation's structure as corrupt, repressive, exploitive – ‘оппозиционный настрой или враждебность по отношению к системе власти’, *slur* – the behavior of a person which presupposes a highly offensive insult used to denigrate another person on the basis of race, gender, etc. – ‘грубое оскорбление с целью обесценивания сексуальной ориентации, расовой, гендерной принадлежности’ (Mental Floss); *bedwetting* – exhibition of emotional overreaction, as anxiety or alarm, to events or major decisions – ‘чрезмерное проявление эмоций, в частности при принятии важных решений или в стрессовых ситуациях’, *crypto-fascism* – ‘тайная поддержка фашизма’, *cyberflashing* – an act of sending unsolicited, unwanted, sexually explicit images or video using digital platforms – ‘кибервспышка, кибервыдача – использование цифровых платформ для отправки изображений сексуального характера кому-либо без их согласия’, *decision fatigue* – tiredness of making correct decisions as a result of the number of decisions one needs to take – ‘усталость от принятия решений’, *Godwin's Law* – an adage of internet culture stating that any discussion or debate grows longer, there is an increase in the probability that someone will invoke a comparison to Hitler or the Nazi party – ‘закон Годвина, распространенная закономерность в интернет-сообществе, при которой в любом обсуждении содержится значительная вероятность сравнения с нацизмом или личностью Гитлера’, *rage farming* – the tactic of intentionally provoking political opponents, typically by posting inflammatory content on social media, in order to elicit angry responses and provide widespread exposure for the original post – ‘тактика намеренного провоцирования оппонента путем размещения провокационного контента в соцсетях с целью получения агрессивного ответа и повышения охвата распространения первого поста для обсуждения’, *trauma dumping* – unsolicited, one-sided sharing of traumatic or intensely negative experiences or emotions in an inappropriate setting or with people who are unprepared for the interaction – ‘высвобождение эмоциональной нагрузки или разделение негативного опыта с людьми, психологически не готовыми к этому’ (Dictionary.com); *brokefishing* – the practice of pretending to have less money that you really do, in order to trick another person into buying items for you – ‘поведение, при котором создается иллюзия нехватки денег с целью получения выгоды (оплаты счета, совершения покупки) от другого человека’, *pebbling* – the activity of giving someone small gifts or sending them memes, photos, or videos on social media to show you love them – ‘вид деятельности, при котором пользователь отправляет мемы, фото или видеоматериалы кому-либо в качестве проявления чувств’, *Swiftonomics* – the impact on the economy of a city or country caused by the singer Taylor Swift and her popularity – ‘влияние

¹⁸ Vogue. URL: <https://www.vogue.com/article/what-is-a-situationship> (accessed: 02.08.2024).

¹⁹ Psychologists. URL: <https://www.psychologists.com/situationship-vs-relationship-lets-find-the-difference/> (accessed: 02.08.2024).

на экономику города или страны, оказываемое певицей Тейлор Свифт и ее популярностью' (Cambridge Dictionary Blog). Большинство неолексем данной группы возникли ввиду латентной потребности номинирования разнообразных форм социального взаимодействия, ставших характерными для эпохи повсеместного виртуального общения. Они характеризуют формы социальной активности с ярко выраженной отрицательной аксиологической маркированностью, что отражает тенденцию к негативизации или следованию абьюзивным формам поведения. Исключения составляют неолексемы *Swiftonomics* и *pebbling*. Первая неолексема характеризуется двойственной природой оценочности, поскольку финансово-экономический эффект от концертной деятельности американской певицы Тейлор Свифт, чье имя легло в основу данного неологизма, оказывается как положительным, так и отрицательным. С одной стороны, получение значительной прибыли в местах проведения ее концертов является положительной тенденцией, однако дополнительная финансовая нагрузка для местного населения, а также эпизодический характер данного явления, несопоставимый с общей фактической экономической прибылью государств, на территории которых проводились концерты певицы, формирует противоположную оценку самого феномена: «“Swiftonomics” is not actually real <...> there is the fact that much of the income from the Swift tour will end up in the United States – muting an already small local economic benefit» (Reuters.com²⁰).

Не менее интересной с точки зрения анализа социальной активности является неолексема *pebbling*. Она обозначает социальное взаимодействие в виртуальном пространстве, при котором имплицитные интенции коммуниканта имеют определенно положительный смысл, и в некотором роде иллюстрирует привязанность и искренность взаимоотношений через желание и потребность делиться занимательным контентом. Этимология лексемы подразумевает имитацию действий пингвинов Генту в Антарктике, преподносящих друг другу небольшие камни в качестве формы ухаживаний как символа желания построить совместное гнездо. В основе генезиса лексемы, вероятно, лежит смысловой компонент частотности и содержательной несущественности такой рассылки, поскольку основное значение лексемы *pebble* 'a small stone, made smooth by the action of water' (Cambridge Dictionary). Тем не менее психологи оценивают подобный вид онлайн-активности с положительной точки зрения, отмечая, что рассылка мемов, гифок, видео из социальных сетей косвенно способствует укреплению взаимоотношений не только между друзьями или возлюбленными, но и, к примеру, между родителями и детьми-подростками: "...experts say pebbling on social media has become a way for them (kids) to connect, strengthen interactions, and show affection. <...> Something as simple as a little meme or a song could go a long way, making the bond with your teen more solid" (Parents²¹). Таким образом, когнитивно-прагматический потенциал неолексемы *pebbling* базируется на положительной аксиологической маркированности; имплицитные интенции коммуниканта, вовлеченного в данный вид взаимодействий, также несут преимущественно положительный характер, поскольку само невербальное действие рассылки символизирует именно осознанное проявление эмоциональной привязанности.

Заключение

По итогам проведенного исследования был сделан ряд выводов:

– проанализированная неолексика является языковым продуктом, порожденным социальными потребностями к номинации участников коммуникативного процесса и форм их взаимодействия;

²⁰ Reuters.com. URL: <https://www.reuters.com/lifestyle/you-need-calm-down-why-taylor-swift-economy-isnt-real-2024-06-27/> (accessed: 15.04.2025).

²¹ Parents. URL: <https://www.parents.com/what-is-pebbling-and-why-are-teens-doing-it-8667690> (accessed: 15.08.2024).

– выделенные номинативные группы антропоцентрической неологиксики иллюстрируют комплексный подход к пониманию современных реалий человеческой природы и социальной деятельности индивидов, предполагающий учет психологических, поведенческих, морально-этических, социокультурных, профессиональных аспектов;

– антропоцентрические неологизмы являются ресурсами коммуникации, обладающими значительной лингвистической активностью, что подтверждается их использованием в массмедийной онлайн-периодике разного тематического и жанрового характера, а также включением в лексикографические источники (Cambridge Dictionary Online, Dictionary.com, Merriam Webster Dictionary, Oxford Learner's Dictionary и др.);

– прагматическая направленность является неотъемлемым свойством неологиксики на основании характерной для данного пласта языка экспрессивности и аксиологической маркированности;

– при определении прагмакогнитивного потенциала была выделена следующая закономерность: при нейтральном коннотативном компоненте в семантике неологисем, в частности отсутствии экспрессивно выраженной оценочности, вариативность прагматического потенциала и многозначность контекстуального использования повышается.

Список литературы

- Белькова А. Е.** Функционирование неологизмов в интернет-ресурсах: на материале сайта NoName: моногр. Нижневартовск: Изд-во НВГУ, 2018. 112 с.
- Бронникова О. В., Головкин А. С.** Мультимодальные средства репрезентации прагматического потенциала в рекламном дискурсе // Вестник НГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 22, № 1. С. 132–144.
- Вульфович Б. Г.** Теория речевых актов как один из способов проведения исследований в области лингвопрагматики (на примере интернет-комментариев) // Дискурсивная природа коммуникации: понимание и интерпретация. Краснодар: КубГУ, 2023. С. 5–23.
- Елисеева В. В.** Английские неологизмы XXI в.: некоторые тенденции словообразования и функционирования // Вестник С.-Петербург. ун-та. 2015. Сер. 9. Вып. 1. С. 75–81. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_23567252_72597024.pdf (дата обращения: 10.07.2024).
- Зенина И. Н., Ищенко И. Г.** Когнитивные и прагматические факторы образования новых слов в английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. Вып. 3. С. 23–27. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2019_3_05.pdf (дата обращения: 14.07.2024).
- Зеремская Ю. А., Солодовникова О. В., Сахарова О. В.** Основные лексические способы словообразования потенциально новых слов в современном английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. Вып. 12. С. 246–250. URL: <https://philology-journal.ru/article/phil20191148/fulltext> (дата обращения: 14.07.2024).
- Катермина В. В.** Номинации человека: национально-культурный аспект (на материале русского и английского языков): моногр. М.: Флинта, 2016. 222 с.
- Катермина В. В., Липириди С. Х.** Образный потенциал английского неографического дискурса: моногр. Краснодар: КубГУ, 2024. 169 с.
- Кауфова Л. А., Кауфова И. Б.** Структурно-семантические особенности потенциальных неологизмов в современном английском языке // Современные исследования социальных проблем. 2022. Т. 14, № 3. С. 197–214.
- Киклевич А.** Типология прагматических импликаций с точки зрения взаимодействия между прагматикой и семантикой // Russian Journal of Linguistics. 2022. Т. 26, № 1. С. 139–161. URL: <https://journals.rudn.ru/linguistics/article/view/26538#> (дата обращения: 06.07.2024).

- Липириди С. Х.** Неологизмы в туристическом дискурсе: новые направления в лингвистике: моногр. Краснодар: КубГУ, 2022. 167 с.
- Патюкова Р. В., Оломская Н. Н.** Медиадискурс: специфика формирования социокультурной коммуникации в медиапространстве: моногр. Краснодар: КубГУ, 2021. 184 с.
- Самойлова А. В.** Англоязычные политические неологизмы: от семантики к прагматике использования // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2023. Т. 21, № 1. С. 145–159.
- Семенова Э. В.** Неологизмы как отражение развития и жизнеспособности языка (на материале английского языка) // Russian Linguistic Bulletin. 2020. № 2 (22). С. 60–63. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologisms-as-a-reflection-of-evolution-and-vitality-of-language-illustrated-by-examples-in-english/viewer> (дата обращения: 15.07.2024).
- Frank T. O.** Neonym Analysis in the English Language for Tourism Purpose // The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes. 2020. Vol. 8, № 3. P. 187–200. URL: <http://espeap.junis.ni.ac.rs/index.php/espeap/article/view/1060/494> (дата обращения: 15.07.2024).
- Kerremans D.** A Web of New Words: A Corpus-Based Study of the Conventionalization Process of English Neologisms. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2015. 278 p.
- Nurullaeva D. Sh.** Neologisms in Modern English and Their Trends in Word Formation // Science and Innovation. 2022. Vol. 1. No. 8. P. 2186–2190. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologisms-in-modern-english-and-their-trends-in-word-formation-based-on-texts-in-the-media/viewer> (дата обращения: 15.07.2024).
- Thuy T.** An investigation into recent trends in English lexeme formation. Ha Noi: Ha Noi University, 2024. 180 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/382002246_An_investigation_into_recent_trends_in_English_lexeme_formation (дата обращения: 15.07.2024).
- Wurschinger Q.** Lexical Innovation on the Web and Social Media: monograph. Munich, 2023. 137 p.

Список словарей

- Словарь русского языка коронавирусной эпохи. СПб.: Ин-т лингвист. исслед. РАН, 2021. 550 с.
- Cambridge Dictionary Blog. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/> (accessed: 11.07.2024).
- Cambridge Dictionary Online. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (accessed: 16.07.2024).
- Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com/e/all-the-words/> (accessed: 16.07.2024).
- Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/wordplay/new-words-in-the-dictionary> (accessed 19.07.2024).
- Multitran // URL: <https://www.multitran.com> (accessed: 01.08.2024).
- Oxford Learner's Dictionary. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/wordlist/new_words (accessed: 01.07.2024).

Список источников

- Australia Reader's Digest. URL: <https://www.readersdigest.com.au/culture/10-new-words-added-to-the-oxford-english-dictionary-for-2023?pages=2> (accessed: 27.06.2024).
- Business Insider. URL: <https://www.businessinsider.com> (accessed: 01.08.2024).
- Fashion Journal. URL: <https://fashionjournal.com.au/life/snail-girl-era/> (accessed: 05.08.2024).
- Grant Pearson Brown Consulting Limited. URL: <https://www.gpb.eu/2023/05/neologisms-new-words.html> (accessed: 15.05.2024).
- Finfluencers: opportunity or threat for the financial industry? Agencia comma. URL: <https://agencia-comma.com/en/specialized-communication/finfluencers/> (accessed: 15.04.2025).
- Kakhbod A., Kazempour S., Livdan D. Finfluencers. Lausanne: University of Lausanne, 2024. 53 p.

- Mental Floss. URL: <https://www.mentalfloss.com/posts/oxford-english-dictionary-new-words-spring-2023> (accessed: 23.05.2024).
- Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com> (accessed: 01.08.2024).
- Oxford Language Club. URL: <https://oxfordlanguageclub.com/page/blog/10-trending-english-words-of-2022> (accessed: 29.05.2024).
- Oxford House. URL: <https://oxfordhousebcn.com/en/8-new-english-words-you-need-for-2022/> (accessed: 01.06.2024).
- Parents. URL: <https://www.parents.com/what-is-pebbling-and-why-are-teens-doing-it-8667690> (accessed: 15.08.2024).
- Psychologs. URL: <https://www.psychologs.com/situationship-vs-relationship-lets-find-the-difference/> (accessed: 02.08.2024).
- Reuters.com. URL: <https://www.reuters.com/lifestyle/you-need-calm-down-why-taylor-swift-economy-isnt-real-2024-06-27/> (accessed: 15.04.2025).
- Vogue. URL: <https://www.vogue.com/article/what-is-a-situationship> (accessed: 02.08.2024).

References

- Bel'kova E. A.** Functioning of neologisms in Internet resources: based on the site NoNaMe. Nizhnevartovsk, NVGU, 2018, 112 p. (In Russ.)
- Bronnikova O. V., Golovko A. S.** Multimodal Means of Representing Pragmatic Potential in Advertising Discourse. *NSU Vestnik. Ser. Linguistics and Intercultural Communication*, 2024, vol. 22, no. 1, pp. 132–144. (In Russ.)
- Vul'fovich B. G.** Theory of Speech Acts as one of the means of Research Practice in the Field of Linguopragmatics. In: *Discursive Origin of Communication: Understanding and Interpretation*. Krasnodar, KubSU, 2023, pp. 5–23. (In Russ.)
- Eliseeva V. V.** New Coinages in English of the XXI Century: Some Tendencies in Word-Formation and Functioning. *Bulletin of St. Petersburg University*, 2015, iss. 9, no. 1, pp. 75–81. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_23567252_72597024.pdf (accessed: 10.07.2024). (In Russ.)
- Frank T. O.** Neonym Analysis in the English Language for Tourism Purpose // *The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 2020, vol. 8, no. 3, pp. 187–200. URL: <http://espeap.junis.ni.ac.rs/index.php/espeap/article/view/1060/494>
- Katermina V. V.** Nomination of Human Being: National-Cultural Aspect (based on material of the Russian and the English languages. Moscow, FLINTA, 2016, 222 p. (In Russ.)
- Katermina V. V., Lipiridi S. Kh.** Figurative Potential of the English Neographic Discourse. Krasnodar, KubSU, 2024, 169 p. (In Russ.)
- Kaufova L. A., Kaufova I. B.** Structural and Semantic characteristics of Potential Neologisms in Modern English. *Modern Studies of Social Issues*, 2022, vol. 14, no 3, pp. 197–214. (In Russ.)
- Kerremans D.** A Web of New Words: A Corpus-Based Study of the Conventionalization Process of English Neologisms. Frankfurt am Main, Peter Lang, 2015, 278 p.
- Kiklewicz A.** Typology of Pragmatic Implications from the Point of View of Interaction between Pragmatics and Semantics. *Russian Journal of Linguistics*, 2022, vol. 26, no. 1, pp. 139–161. URL: <https://journals.rudn.ru/linguistics/article/view/26538#> (accessed: 06.07.2024). (In Russ.)
- Lipiridi S. Kh.** Neologisms in Touristic Discourse: New Trends in Linguistics. Krasnodar, KubSU, 2022, 167 p. (In Russ.)
- Nurullaeva D. Sh.** Neologisms in Modern English and Their Trends in Word Formation. *Science and Innovation*, 2022, vol. 1, iss. 8, pp. 2186–2190. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologisms-in-modern-english-and-their-trends-in-word-formation-based-on-texts-in-the-media/viewer> (дата обращения: 15.07.2024).

- Patyukova R. V., Olomskaya N. N.** Media Discourse: Specificity of Formation of Sociocultural Communication in Media Landscape. Krasnodar, KubSU, 2021. 184 p. (In Russ.)
- Samoylova A. V.** English Political Neologisms: from Semantics to Pragmatics of Usage. *NSU Vestnik. Ser. Linguistics and Intercultural Communication*, 2023, vol. 21, no. 1, pp. 145–159. (In Russ.)
- Semenova E. V.** Neologisms as a Reflection of Evolution and Vitality of language (Illustrated by Examples in English). *Russian Linguistic Bulletin*, 2020, no. 2(22), pp. 60–63. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologisms-as-a-reflection-of-evolution-and-vitality-of-language-illustrated-by-examples-in-english/viewer> (accessed: 15.07.2024).
- Thuy T.** An investigation into recent trends in English lexeme formation. Ha Noi: Ha Noi University, 2024, 180 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/382002246_An_investigation_into_recent_trends_in_English_lexeme_formation (accessed: 15.07.2024).
- Zenina I. N., Ishchenko I. G.** Cognitive and pragmatic Factors of New Words formation in the English Language. *Philological Sciences. Theory and Practice*, 2019, vol. 12, no. 3, p. 23–27. (In Russ.)
- Zeremskaya Yu. A., Solodovnikova O. V., Sakharova O. V.** Lexical Means of Neologisms Formation in the Modern English Language. *Philological Sciences. Theory and Practice*, 2019, vol. 12, no. 12, pp. 246–250. (In Russ.)
- Wurschinger Q.** Lexical Innovation on the Web and Social Media. Munich, 2023, 137 p.

List of Dictionaries

- The Russian Language Dictionary of Coronavirus Epoch. Saint-Petersburg, The Institute for Linguistic Studies of RAS, 2021. 550 p.
- Cambridge Dictionary Blog. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/> (accessed: 11.07.2024).
- Cambridge Dictionary Online. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (accessed: 16.07.2024).
- Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com/e/all-the-words/> (accessed: 16.07.2024).
- Merriam Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/wordplay/new-words-in-the-dictionary> (accessed: 19.07.2024).
- Multitran // URL: <https://www.multitran.com> (accessed: 01.08.2024).
- Oxford English Dictionary // URL: <https://www.oed.com> (accessed 01.08.2024).
- Oxford Learner's Dictionary. URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/wordlist/new_words (accessed: 01.07.2024).

List of Sources

- Australia Reader's Digest. URL: <https://www.readersdigest.com.au/culture/10-new-words-added-to-the-oxford-english-dictionary-for-2023?pages=2> (accessed: 27.06.2024).
- Business Insider. URL: <https://www.businessinsider.com> (accessed: 01.08.2024).
- Fashion Journal. URL: <https://fashionjournal.com.au/life/snail-girl-era/> (accessed: 05.08.2024).
- Finfluencers: opportunity or threat for the financial industry? // Agencia comma. URL: <https://agenciacomma.com/en/specialized-communication/finfluencers/> (accessed: 15.04.2025).
- Grant Pearson Brown Consulting Limited. URL: <https://www.gpb.eu/2023/05/neologisms-new-words.html> (accessed: 15.05.2024).
- Kakhbod A., Kazempour S., Livdan D. Finfluencers. Lausanne: University of Lausanne, 2024. 53 p.
- Mental Floss. URL: <https://www.mentalfloss.com/posts/oxford-english-dictionary-new-words-spring-2023> (accessed: 23.05.2024).
- Oxford Language Club. URL: <https://oxfordlanguageclub.com/page/blog/10-trending-english-words-of-2022> (accessed: 29.05.2024).

Oxford House. URL: <https://oxfordhousebcn.com/en/8-new-english-words-you-need-for-2022/> (accessed: 01.06.2024).

Parents. URL: <https://www.parents.com/what-is-pebbling-and-why-are-teens-doing-it-8667690> (accessed: 15.08.2024).

Psychologs. URL: <https://www.psychologs.com/situationship-vs-relationship-lets-find-the-difference/> (accessed: 02.08.2024).

Reuters.com. URL: <https://www.reuters.com/lifestyle/you-need-calm-down-why-taylor-swift-economy-isnt-real-2024-06-27/> (accessed: 15.04.2025).

Vogue. URL: <https://www.vogue.com/article/what-is-a-situationship> (accessed: 02.08.2024).

Информация об авторах

Самойлова Антонина Вадимовна, кандидат филологических наук, доцент

Шершнева Наталья Борисовна, кандидат филологических наук, доцент

Information about the Authors

Antonina V. Samoylova, Candidate of Philology, Associate Professor

Natal'ya B. Shershneva, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor

*Статья поступила в редакцию 20.11.2024;
одобрена после рецензирования 27.02.2025; принята к публикации 07.03.2025*

*The article was submitted 20.11.2024;
approved after reviewing 27.02.2025; accepted for publication 07.03.2025*