

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
_____ О.В. Магировская
« ____ » _____ 2019 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**ОСОБЕННОСТИ ДЕТЕРМИНИРОВАНИЯ СЛОВ-
ПОБЕДИТЕЛЕЙ АКЦИИ «WORD OF THE YEAR» / «СЛОВО
ГОДА» В КОРПУСАХ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО
ЯЗЫКОВ**

45.04.02 Лингвистика
45.04.02.01.00 Межкультурная коммуникация и перевод

Магистрант	_____	А.В. Тарасенко
Научный руководитель	_____	канд. филол. наук, Ю.И. Детинко
Нормоконтролер	_____	М.В. Файзулаева

Красноярск 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. АКЦИИ «WORD OF THE YEAR» / «СЛОВО ГОДА» И КОРПУС КАК СРЕДСТВО ИЗУЧЕНИЯ КОННОТАЦИЙ НАИБОЛЕЕ ЧАСТО УПОТРЕБЛЯЕМЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ	7
1.1. Использование корпуса в современных лингвистических исследованиях	7
1.1.1. Подходы к определению понятия «корпус»	7
1.1.2. Возможности использования корпуса онлайн-текстов в научных исследованиях	11
1.2. Особенности исследования контекста	18
1.2.1. Подходы к определению понятия «контекст»	18
1.2.2. Существующие классификации контекстов	22
1.3. Коннотация как источник дополнительного смысла лексической единицы	24
1.3.1. Изучение коннотации в современной лингвистике	24
1.3.2. Роль коннотации в структуре лексического значения	27
1.3.3. Подходы к структурированию коннотации	31
1.4. Акции формата «Word of the Year» / «Слово года» и их роль в современной науке	35
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	38
ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СЛОВ-ПОБЕДИТЕЛЕЙ АКЦИИ «WORD OF THE YEAR» / «СЛОВО ГОДА» В КОРПУСАХ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ	40
2.1. Аспекты анализа коннотации	41
2.2. Исследование слов-победителей англоязычной версии акции	42
2.2.1. Selfie	42
2.2.2. Vape	50
2.2.3. Post-truth.....	55
2.3. Исследование слов-победителей русскоязычной версии акции	60
2.3.1. Крымнаш.....	60
2.3.2. Беженцы	65
2.3.3. Брекзит	72
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	78
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	83
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	87

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного исследования обосновывается тем, что акции формата «Word of the Year» / «Слово года» набирают популярность по всему миру, так как они не только представляют интерес для статистических исследований языка, но и наглядно демонстрируют взаимодействие языка и общества, ввиду того, что словами-победителями акций становятся такие языковые единицы, которые непосредственно связаны с теми или иными явлениями и событиями в жизни общества, отражают глобальные политические или социальные изменения, инновации и т.д.

Объектом исследования является коннотационный потенциал наиболее употребительных слов в корпусах английского и русского языков.

В качестве **предмета исследования** выступают лингвистические средства, детерминирующие коннотацию слов-победителей акции «Word of the Year» / «Слово года» и отношение автора к обозначаемому им феномену или событию.

Целью исследования является выявление и анализ языковых средств, репрезентирующих отношение автора к явлениям, представленным победителями акций «Word of the Year» и «Слово года» в корпусах английского и русского языков.

Поставленная цель определила необходимость решения следующих **задач**:

- 1) обосновать использование корпуса для проведения современных научных исследований;
- 2) выявить особенности работы с корпусом онлайн-текстов при проведении лингвистических исследований;
- 3) описать особенности исследования контекста;
- 4) рассмотреть коннотацию как источник смысла лексической единицы;

5) дать характеристику акциям формата «Word of the Year» / «Слово года» в современной науке;

б) проанализировать употребление слов-победителей акций «Word of the Year» / «Слово года» в корпусах английского и русского языков; выявить коннотативный потенциал слов-победителей через анализ контекста.

В качестве **материала** исследования используются фрагменты текстов, содержащие слова-победители акций «Слово года» и «Word of the Year», собранные с помощью корпуса онлайн-текстов NoSketch Engine (Maximum). Для каждого языка было проанализировано три слова-победителя, и общее количество изученных контекстов составило 2633.

В данной работе применяются следующие **методы исследования**: комплексный теоретический анализ для составления теоретической базы исследования, корпусное исследование для сбора практического материала и критический дискурс-анализ для изучения языковых единиц, составляющих контексты слов-победителей акции.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении сферы использования корпусных исследований, более глубоком изучении корпусов английского и русского языков, разработке методики работы с корпусом и применении корпусных исследований в лингвистике.

Практическая ценность данной работы обусловлена возможностью использования полученных результатов для проведения социолингвистических исследований в рамках новых общественно значимых кампаний, для понимания процесса формирования общественного мнения в отношении актуальных для современного социума феноменов.

Методологической базой для данного исследования послужили работы российских и зарубежных учёных, занимающихся изучением корпусов текстов (С.Ю. Богданова, В.П. Захаров, О.В. Нагель, М. Барбера, Н. Бубенхофер, Г. Девис, М. Леми, Дж. Лич, Г. Мортенсен), контекста (Л.С. Бархударов, Т.А. Казакова, Т. ван Дейк, Р. Водак, Ч. Гудвин,

А. Дюранти, К. Дюрёе, С. Тичер, Д. Хаймс) и коннотации (И.В. Арнольд, В.В. Виноградов, И.М. Кобозева, Ю.С. Маслов, И.А. Стернин, В.Н. Телия).

Выдвигаемая нами **гипотеза** предполагает следующее: посредством изучения контекстов слов-победителей акций формата «Word of the Year» / «Слово года» можно установить их коннотацию, и, таким образом, определить отношение общества к феноменам, обозначаемым исследуемыми языковыми единицами.

Структура работы: магистерская диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы.

Во введении указывается актуальность работы, практическая ценность, формулируются объект и предмет исследования, ставятся цели и задачи, требующие решения, описываются методы и материал исследования.

В теоретической главе описывается сущность корпуса и его применение в современных лингвистических исследованиях, рассматриваются существующие трактовки и понимания терминов «контекст» и «коннотация», а также приводятся их классификации и описывается структура.

В практической главе проводится анализ эмпирического материала на английском и русском языках, приводится составленная на его основе классификация существующих коннотаций в отношении феноменов, обозначаемых исследуемыми языковыми единицами.

Апробация работы: основные положения работы были представлены в докладе «Акции «Слово года» / «UK Word of the Year»: репрезентация слов-победителей в корпусах русского и английского языков» на конференции «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (24–25 апреля 2018 года). Результаты части практического исследования были представлены в докладе «Акция «Слово года»: опыт корпусного исследования (на материале русского слова года 2014 "крымнаш")» на конференции «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (23–24 апреля 2019 года). По

теме исследования написаны две статьи: «Акция "Word of the Year": опыт корпусного исследования (на материале британского и американского слова года 2013 *selfie*)» в журнале Мир науки, культуры, образования, № 1 (74), опубликованная в феврале 2019, и «Акция "Слово года": опыт корпусного исследования – особенности работы с контекстом», поданная в печать в научный журнал Института филологии и языковой коммуникации СФУ *Siberia_Lingua*.

ГЛАВА 1. АКЦИИ «WORD OF THE YEAR» / «СЛОВО ГОДА» И КОРПУС КАК СРЕДСТВО ИЗУЧЕНИЯ КОННОТАЦИЙ НАИБОЛЕЕ ЧАСТО УПОТРЕБЛЯЕМЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

1.1. Использование корпуса в современных лингвистических исследованиях

1.1.1. Подходы к определению понятия «корпус»

В настоящее время в корпусной лингвистике представлено большое количество определений понятия корпус, принадлежащих разным авторам, но большинство из них основывается на одной и той же идее: лингвистический корпус представляет собой некий «сборник» текстов (каждый из которых размечен определённым образом, согласно необходимым критериям/имеющий определённую сопутствующую информацию/предназначенный для определённых целей). Тем не менее, каждый исследователь корпуса рассматривает его с определённой точки зрения, таким образом добавляя в определение термина те отличительные черты, которые важны для конкретной сферы или отрасли науки. Рассмотрим некоторые из существующих определений.

Проблема определения корпуса частично состоит в том, что существуют разные взгляды на формулировку самого термина. В большом количестве работ термин встречается как «корпус», но есть и другие варианты, среди которых наиболее распространены «языковой корпус» или «лингвистический корпус». А.А. Поликарпов выражает следующую точку зрения на данную ситуацию, исключая использование последней формулировки термина: «Лингвистика – это наука о языке, лингвистический –относящийся к лингвистике: лингвистическая теория, лингвистическая энциклопедия, лингвистическое образование, лингвистический конгресс и т.д. В таком случае, лингвистический корпус – это некий корпус, касающийся науки о языке, но не языка.» [Поликарпов]. С другой стороны, В.П. Захаров и С.Ю. Богданова в своём определении представляют данные

формулировки как синонимичные: «под лингвистическим, или языковым, корпусом текстов понимается большой, представленный в машиночитаемом виде, унифицированный, структурированный, размеченный, филологически компетентный массив языковых данных, предназначенный для решения конкретных лингвистических задач» [Захаров, Богданова, 2011: 7]. Данное определение отражает как технические характеристики явления, так и возможность его потенциального использования в лингвистических исследованиях.

Формулировка «лингвистический корпус» достаточно популярна среди исследователей. Рассмотрим определения учёных, придерживающихся данного варианта:

– «массив текстов, собранных в единую систему по определённым признакам (языку, жанру, времени создания текста, автора и т.п.) и снабжённых поисковой системой» [Сысоев, Кокорева, 2013: 99];

– «коллекция текстов, размещённых на электронном носителе и объединённых по различным параметрам (язык, жанр, стиль, отрасль)» [Чернякова, 2012: 3];

– «информационно-справочная система, основанная на собрании текстов на английском языке в электронной форме, позволяющая анализировать большие по объёму тексты различных жанров и выявлять в них закономерности использования изучаемых грамматических моделей» [Дерябина, 2013: 3];

– «собрание текстов на электронном носителе, отобранных в соответствии с внешними критериями (жанр, цель, назначение, отрасль, язык)» [Рязанова, 2012: 3];

Ещё одна формулировка термина приводится в работе В.В. Рыкова – «корпус текстов», который определяется как «определённым образом организованное множество, элементами которого являются тексты» [Рыков, 1999, цит. по: Сёмич, 2018: 39].

Рассмотрев приведённые трактовки и варианты формулировки термина «корпус», мы пришли к выводу, что «лингвистический корпус», «языковой корпус» и «корпус текстов» используются синонимично.

В.П. Захаров считает, что корпус представляет собой уменьшенную модель языка [Захаров, 2005: 5], поэтому достоверность данных, полученных на его основе, определяется такой характеристикой как репрезентативность. Под репрезентативностью понимается «не столько объём материала, сколько пропорциональность представления отображаемого фрагмента речевой действительности» [Ганиева, 2007: 105]. При этом больший размер корпуса не обеспечит большую достоверность, в отличие от тщательной выборки текстов, составляющих корпус.

По данному критерию можно выделить два основных типа корпусов:

- Корпусы, относящиеся к языку в целом. Данный тип корпусов универсален и отражает всё многообразие речевой деятельности, и чаще всего доступен для исследователей онлайн, полностью или частично.

- Корпусы, относящиеся к определённому подязыку, жанру, стилю и т.д. В данном случае критерий отбора текстов, составляющих корпус, выбирается исследователем и определяется сферой и целями его научной деятельности [Там же].

В основе другой возможной классификации типов корпуса лежит материал, составляющий корпус. В таком случае, по типу данных можно выделить следующие виды: письменный, речевой или смешанный корпус; по параллельности – одноязычные, двуязычные и многоязычные [Захаров, 2005: 12-13]. А.В. Зубов выделяет так же исследовательские, статистические, динамические, иллюстративные корпуса, корпуса параллельных текстов [Зубов, 2004: 167]. Следующее рассматриваемое определение принадлежит американскому лингвисту Э. Финегану: «корпус – репрезентативное собрание текстов, обычно в машиночитаемом формате, включающее информацию о ситуации, в которой текст был произведен, такую как информация о говорящем, авторе, адресате или аудитории»

[Finegan; цит. по: Захаров, Богданова, 2011: 7]. Основное отличие определения Э. Финегана от определения, предложенного российскими исследователями, которое представлено выше, заключается в том, что к общим техническим характеристикам добавляются некоторые детали об информации к каждому из текстов корпуса.

Н. Бубенхофер, чья научная деятельность главным образом ориентирована на работу в рамках цифровой лингвистики, определяет корпус следующим образом: «корпус – ограниченный набор определённых языковых высказываний, которые выступают в качестве эмпирической основы для языковых исследований» [Bubenhofer, 2018] (Здесь и далее перевод Тарасенко А.В.).

Таким образом, многие определения основываются на одной и той же идее, обозначающей техническую составляющую корпуса, но в ходе работы нам встретилась отличная от данной точка зрения. М. Барбера, итальянский исследователь, занимающийся корпусной лингвистикой, в одной из своих монографий приводит определение, схожее с приведёнными выше («сборник аутентичных текстов (письменных, устных или мультимедийных) или их частей, обработанных определённым образом (с добавлением необходимой разметки) для дальнейшей работы с ними с использованием компьютера» [Barbera, 2013: 18], но уточняет, что данное определение является скорее «архитектурным», основанном на распространённом использовании самого термина корпус, и предлагает обратиться к характеристике содержимого, чтобы дать, по его словам, «лингвистическое» определение корпуса: «корпус – совокупность речевых высказываний, которые, будучи собранными в одном месте, позволяют изучить язык в его различных состояниях» [Там же: 19].

Изучив многие существующие определения корпуса, мы решили использовать определение В.П. Захарова и С.Ю. Богдановой в качестве основного в нашей работе, так как оно даёт наиболее полное описание и раскрывает характеристики данного явления. Таким образом, под корпусом

мы будем понимать структурированный цифровой массив данных, содержащий большое количество размеченных текстов и пригодный для использования при решении лингвистических задач.

1.1.2. Возможности использования корпуса онлайн-текстов в научных исследованиях

В настоящее время корпус широко используется учёными в различных областях науки о языке. В целом можно выделить два основных направления его применения – в научных работах и для практического использования.

Исследователи видят ценность корпусов в том, что они дают информацию о естественном состоянии языка, о его исторических, социальных и географических вариациях, об особенностях жанров и регистров, позволяют выявить частотность того или иного языкового явления, расширяют понимание единиц языка и способствуют расширению словарного запаса профессиональной лексики.

В.Н. Шевчук называет национальные корпуса «виртуальными носителями языка» [Шевчук, 2013: 91].

И.Л. Медведева предполагает, что «такой анализ обеспечивает новые данные по параметрам частотности и совместной встречаемости языковых единиц, поскольку данные подобного рода не могли быть получены путем интроспекции и опроса информантов» [Медведева, 1999: 58].

Возможность сбора точных данных по параметрам частотности ценится исследователями. Например, в исследованиях в сфере политического дискурса корпуса используются для выделения ключевых слов в речах политических деятелей для определения общей направленности, основных идей или их стилистических предпочтений [Борискина, Шилихина, 2017: 50].

Область использования корпуса достаточно обширна и затрагивает не только научные исследования, но и практическое применение.

Кроме использования корпуса в научных исследованиях в различных сферах, корпус нашёл применение на практике в настоящее время и имеет ещё большие перспективы при дальнейшем развитии.

Одной из областей практического применения корпуса является преподавание иностранных языков. В данном случае корпус представляет собой ценное хранилище материала ввиду того, что хранит в себе естественный язык, не смоделированные ситуации общения, а настоящие тексты (если не обращаться к корпусу текстов художественной литературы) из реальных ситуаций общения из жизни. Исследователи, работающие в русле корпусной лингвистики, видят различные применения корпуса в преподавании иностранных языков. Ниже приведены некоторые точки зрения.

Проект ICT4LT (Information and Communications Technology for Language Teachers – Информационные и коммуникационные технологии для преподавания языков) был создан в 1999 году с целью создания онлайн-базы тренировочных материалов по информационным и коммуникационным технологиям для использования в преподавании языков [Davies, 2012]. В рамках данного проекта рассматривается применение различных технологий, мультимедийных языковых центров, программного обеспечения и корпусов в учебном процессе. Авторами модуля об особенностях корпуса, М. Лэми, Г. Мортенсенем и Г. Дэвисом, приводится следующий список возможных вариантов его использования в преподавании:

- составление преподавателем конкорданса для исследования и демонстрации аутентичных примеров использования слов, словосочетаний, грамматических правил или определённого структурирования текста;

- самостоятельная формулировка студентами грамматических правил или определение ими особенности употребления лексических единиц через поиск необходимого слова в контексте;

— расширение словарного запаса через поиск новых значений уже известных слов, изучение взаимосвязи слова или словосочетания с контекстом и синтаксисом);

— исследования, то есть самостоятельная работа учеников по изучению примеров языкового материала с целью определения особенностей и формулирования выводов наблюдений [Lamy, Mortensen, Davies].

Пункты приведённого выше плана, говорящие о самостоятельной работе студентов с материалом, подтверждаются подходом к обучению на основе данных (DDL – data-driven learning). В своей статье исследователь О.В. Нагель пишет, что данный подход характеризуется моделью «наблюдай – предполагай – экспериментировать» (observe – hypothesize – experiment model), то есть при работе в данном формате ученики имеют возможность формулировать собственные выводы относительно использования и значений слов, словосочетаний, фраз, грамматических правил, основываясь на собственных наблюдениях на основе аутентичного языкового материала [Нагель, 2008: 55].

Дж. Лич представил дихотомию использования корпуса преподавателем и учеником в учебном процессе, которая представлена в Таблице 1 [Дж. Лич, цит. По: Мордовин, 2012: 275-277].

Таблица 1. Варианты использования корпуса в учебном процессе

Прямые / эвристические методы / виды деятельности	Непрямые / неэвристические методы / виды деятельности
— Как справочный материал преподавателя	— В качестве учебного пособия
— Самостоятельное изучение языка / культуры	— Подготовка информативных материалов
— Использование корпусов в качестве основы для правки	— Подготовка иллюстративных материалов (примеры из корпуса)
— Изучение словоформ	— Разработка заданий и упражнений на основе корпуса
— Исследование аспектов значения	
— Исследование вариативности	
— Лингвокультурные значения	

Исследования корпуса как инструмента в преподавании языков

достаточно популярны и привлекают многих исследователей, существует большое количество трудов и статей российских (Л.И. Агафонова [Агафонова, 2009], А.А. Багарян [Багарян, 2004], О.Г. Горина [Горина, 2014], И.В. Дерябина [Дерябина, 2012], А.А. Кокорева [Кокорева, 2013], О.В. Нагель [Нагель, 2008], Е.А. Рязанова [Рязанова, 2012], Е.П. Соснина [Соснина, 2007], П.В. Сысоев [Сысоев, 2010], Т.А. Чернякова [Чернякова, 2012]) и зарубежных (Ädel [Ädel, 2006]; Aston [Aston, 2001]; Braun, Kohn, Mukherjee [Braun, Kohn, Mukherjee, 2006]; Campoy, Belles-Fortuño, Gea-Valor [Campoy, Belles-Fortuño, Gea-Valor, 2010]; Gavioli [Gavioli, 2006]; Granger, Hung, Petch-Tyson [Granger, Hung, Petch-Tyson, 2002]; Kettemann, Marko [Kettemann & Marko, 2006]; Leech [Leech, 1997]; Lombardo [Lombardo, 2009]; Reppen [Reppen, 2010]; Römer [Römer, 2004]; Scott, Tribble [Scott, Tribble, 2006]; Sinclair [Sinclair, 2004]) учёных.

Другой крупной областью применения корпусов текстов является сфера перевода. Для этих целей особую ценность представляют параллельные корпуса (особый тип корпуса, «в котором текст на одном языке сопоставлен с переводом этого текста на другой язык» [Агафонова, 2009: 81]).

Корпусы могут использоваться для разработки и усовершенствования инструментов для переводчиков. Например, Л.Н. Беляева отмечает, что создание автоматизированных лексикографических систем для письменных переводчиков может быть одним из перспективных направлений использования корпуса в прикладной науке [Беляева, 2011: 86]. Также, по мнению В.Н. Шевчука, корпус даёт представление о нормах языка (грамматических, лексических, стилистических, орфографических, пунктуационных), что позволяет повысить качество письменного перевода [Шевчук, 2013: 91]. Ещё одним вариантом применения корпусов в переводе может служить их использование для проверки правильности и уточнения переводческих решений, в процессе нахождения которых возникали

трудности ввиду отсутствия в словарях прямых эквивалентов. Кроме того, корпуса позволяют на примерах изучить лексико-грамматическую сочетаемость языковых единиц, найти антонимы или синонимы, расшифровать сокращения или аббревиатуры. Данный подход описывается в работах таких исследователей как Н.В. Владимов [Владимов, 2005], Д.Ю. Груздев [Груздев, 2013] и В.Н. Шевчук [Шевчук, 2013].

Исследователи, занимающиеся изучением использования корпуса в области перевода: Н.В. Владимов [Владимов, 2005], Д.Ю. Груздев [Груздев, 2011, 2013], А.С. Цемахман [Цемахман, 2006], В.Н. Шевчук [Шевчук, 2013].

Нельзя отрицать то, что появление корпусов и широкое их использование в различных областях науки, свидетельствует об их удобстве и пользе для исследователей, но в то же время необходимо отметить, что некоторые особенности корпусов могут представлять собой как плюсы, так и минусы для работы.

Несомненным достоинством корпуса является то, что он позволяет исследователю затратить минимальное количество времени на сбор материала для практического исследования, так как, задав необходимые параметры поиска, можно получить конкорданс, содержащий сотни или тысячи примеров для анализа, благодаря специальной метаразметке, содержащей информацию о самих текстах, авторе, годе выпуска/написания текста и т.д.

В нашей работе мы используем корпус NoSketch Engine, который является корпусом именно онлайн-текстов, поэтому далее подробно рассмотрим ключевые их черты и особенности, какие возможности они дают исследователям и какие имеются ограничения.

Начнём с того, что интернет сам по себе является большим хранилищем текстов различных форматов и стилей, текстов на разных языках, написанных разными авторами, и большинство из них находятся в свободном доступе – то есть при необходимости, исследователь может сохранить весь текст или его фрагмент для дальнейшей обработки и анализа

(например, новостные статьи или блоги). Необходимо отметить, что это касается именно обычных текстов, которые не являются научными статьями или официальной литературой, так как данные виды текстов в большинстве случаев доступны только частично, а полные версии находятся в закрытом доступе или являются платными. Относительно остальных текстов, в данной ситуации, плюсом будет то, что эта особенность интернета позволяет построить всеобъемлющий корпус для исследования, но порой тексты могут быть плохо упорядочены или не упорядочены вовсе, что может затруднить поиск подходящего материала.

Другой характерной чертой сети интернет является наличие в нём гипертекста, который представляет собой «форму организации текстового материала, при которой его единицы представлены не в линейной последовательности, а как система явно указанных возможных переходов, связей между ними» [Субботин, 1994: 15]. Данный формат с наличием ссылок позволяет исследователю легко переходить к другим текстам со схожей тематикой, что так же позволяет облегчить сбор материала (к тому же при импорте текста в хранилище корпуса сохраняются все имеющиеся ссылки), но та же «нелинейная последовательность» организации текстов может доставлять неудобства, так как несмотря на наличие связи, тексты всё равно могут быть организованы достаточно хаотично.

Известно, что интернет (здесь мы снова ведём речь об обыденных текстах, не являющихся художественными произведениями или научной литературой) представляет собой достаточно свободную среду, имеющую меньшие ограничения для выражения идей и мыслей. Во многих случаях авторы текстов позволяют себе использовать различные (иногда неконвенциональные) языковые средства; если человек пишет статью или запись в блог по собственной инициативе (а не по заказу), он выражает полностью своё мнение (субъективное) – эти пункты позволяют провести более детальный критически дискурс-анализ, так как человек более экспрессивен в своей речи. Тем не менее, по-прежнему встречается большое

количество текстов, авторы которые выражают не своё мнение, а мнение заказчика/владельца ресурса, на котором опубликован текст, что влияет на объективность.

Интернет – динамичная среда, материал в которой постоянно обновляется и изменяется. По этой причине корпус онлайн-текстов будет постоянно расти и расширяться, предоставляя всё больше возможностей для исследования и новую актуальную информацию. С другой стороны, очень часто обновление данных происходит не через добавление новых, а через замену старых, поэтому, при необходимости просмотреть текст непосредственно на сайте могут возникнуть трудности, так как он может быть обновлен или удалён совсем.

Современные средства web-дизайна позволяют использовать большое количество различных средств для визуального (иногда в сопровождении с аудио) оформления статей и постов на сайтах – через добавление изображений, иллюстраций, через форматирование текста и т.д., что является большим преимуществом, так как позволяет производить мультимодальный анализ текста. Но существующие на сегодняшний день корпуса онлайн-текстов хранят только непосредственно языковые данные, поэтому при необходимости проведения полного мультимодального анализа исследователю придётся воспользоваться ссылкой для перехода на сайт, что может усложнить и удлинить процесс, или может вообще не представляться возможным, так как пост может быть удалён [Mautner, 2005].

Обобщая вышесказанное, корпуса онлайн-текстов предоставляют учёным большие возможности для исследования, во многом упрощая и ускоряя процесс сбора практического материала уже на данном этапе развития, но по-прежнему существуют некоторые недостатки, исправление которых в будущем, вероятно, сделает корпус идеальным средством сбора данных и позволит учёным полностью сконцентрироваться на анализе и классификации полученной информации.

1.2. Особенности исследования контекста

1.2.1. Подходы к определению понятия «контекст»

При изучении детерминирования слов-победителей акций «Word of the Year» и «Слово года» важным является учёт контекста. Поэтому обратимся к ещё одной важной составляющей нашего исследования. Термин контекст укоренился и широко используется в разных сферах науки. Он встречается в лингвистике, психологии, социологии, истории и др., ввиду чего существует большое количество определений, в каждое из которых вкладывается различный смысл.

Т. ван Дейк уделял много внимания исследованию контекста [van Dijk, 2006, 2008, 2009, 2015]. Он отмечает, что в науке о языке представление о контексте двойственно, так как под ним могут подразумевать как языковой контекст (ко-текст) выражения, то есть предшествующее слово, предложение или целый текст, так и различные неязыковые аспекты коммуникативной ситуации (например, пол или возраст участников) [van Dijk, 2015: 1].

Значительный вклад в исследование контекста был сделан Р. Водак. Описывая особенности метода критического дискурс-анализа, она даёт следующую характеристику контекста: «социальная область или сфера, в которой происходит исследуемое "речевое событие"» [Wodak, 2002: 19]. Данное определение, очевидно, рассматривает контекст в глобальном смысле, как условия, в которых происходит общение, а не в узком плане как языковое окружение определённой лексической единицы.

Также Р. Водак приводит структуру контекста, состоящую из четырёх уровней:

- а) непосредственный языковой и внутритекстовой ко-текст;
- б) интертекстуальные и интердискурсивные отношения между высказываниями, текстами, жанрами и дискурсами;
- в) экстралингвистические социальные переменные и институциональные рамки определённого ситуативного контекста;

г) широкие социополитические и исторические контексты, в которых находятся и с которыми связаны исследуемые дискурсивные практики [Wodak 2009: 93].

Ещё одна точка зрения относительно определения контекста, в некоторой степени пересекающаяся с описанием Р. Водак, звучит следующим образом: «фокусное событие (event) не может быть понято должным образом, верно интерпретировано или описано без принятия во внимание внешних особенностей (например, культурный контекст/условия, речевая ситуация, общие фоновые знания) ситуации, частью которой является данное событие» [Duranti, Goodwin, 1992: 3]. Исследователи сравнивают контекст с рамкой (frame), которая окружает исследуемое событие и предоставляет необходимую информацию для его интерпретации. Таким образом, понятие контекста несёт в себе взаимодействие двух единиц: 1) фокусное событие и 2) сфера действия, заключающая в себе данное фокусное событие. Само слово контекст происходит от латинского *contextus*, обозначающего «объединение, связь». С точки зрения кибернетической теории связь между контекстом и фокусным событием равнозначна связи между организмом и окружающей средой [Там же: 4].

В таком случае, рассматривая контекст как условия или социальную сферу, в которой происходит речевое событие, необходимо рассмотреть теорию SPEAKING, предложенную Д. Хаймсом в рамках направления, которое в своих трудах сам учёный называл «этнографией речи» (*ethnography of speaking*), которая включает в себя 8 параметров коммуникативной ситуации:

S – setting/scene (условия/обстановка: время, место, внешние обстоятельства);

P – participants (участники: говорящий (адресант) и слушающий (адресат));

E – ends (цели: цели и задачи коммуникативного события);

A – act sequence (последовательность действий: формат и последовательность частей коммуникативного события);

K – key (ключ: тон, манера совершаемых коммуникативных актов);

I – instrumentalities (инструментарий: форма и стиль речи (например, формальный или разговорный));

N – norms (нормы: правила общества, определяющие ход коммуникативного события (например, кто, как, когда и с кем может разговаривать));

G – genre (жанры: вид, тип коммуникативного события (беседа, история, политические дебаты, т.д.)) [Hymes, 1972].

Данные характеристики коммуникативной ситуации были приведены с целью обозначения того факта, что для успешной коммуникации недостаточно одного только знания правил грамматики или построения дискурса, и что знание ситуации и понимание того, как правильно использовать речь в зависимости от этого, так же важно [van Dijk, 2015]. Необходимо отметить, что параметры, представленные в теории, разнородны по своей природе и тогда как некоторые могут относиться к окружающей среде (условия), социуму (участники, нормы) и когниции (цели), другие будут параметрами дискурса самого по себе, а не коммуникативной ситуации (ключ, последовательность действий, инструментарий, жанры). Т. ван Дейк прокомментировал данную модель, отметив, что в ней отсутствуют некоторые важные категории, такие как, например, Знание (или Идеологии) участников, которые важны для определения уместности использования определённых языковых средств в тех или иных условиях [van Dijk, 2015: 2].

Ещё одно определение Р. Водак даёт совместно с С. Тичером. В их понимании контекст представляет собой «ситуативное окружение (речевую ситуацию, обстановку, отношение, опыт и т.д.), которое является внешним по отношению к тексту» [Тичер, Водак, 2009: 334].

Наиболее широкое и объёмное определение можно найти в Энциклопедии эпистемиологии и философии, автор которой, И.Т. Касавин, описывает контекст через его измерения:

— **окружение** (*setting*), т.е. социальные и пространственные рамки, в которых происходят интеракции;

— **поведенческая среда** (*behavioral environment*) – то, как участники используют свои тела при организации разговора (жесты, позы, взгляды);

— **языковой контекст** (*language as context*) – способ, которым сам разговор, или текст, озвучивает и продуцирует контекст для другого разговора или текста;

— **экстраситуационный контекст** (*extra-situational context*): понимание обмена репликами требует «базисного знания» (*background knowledge*), которое выходит далеко за пределы локального разговора и непосредственного окружения [Касавин, 2009: 383].

Как мы видим, измерения контекста обращаются к различным составляющим процесса коммуникации. В рамках нашего исследования в качестве материала выступают фрагменты письменных текстов, собранных при помощи корпуса онлайн-текстов, поэтому нам представляется важным уделить внимание определению непосредственно языкового контекста, так как он будет ключевым, в то время как другие его измерения изучить будет практически невозможно. Рассмотрим несколько существующих толкований.

Согласно исследователю А.И. Доминикан под языковым контекстом понимается «фрагмент текста или речи, содержащий избранное для анализа языковое выражение или единицу языка» или «ситуация употребления анализируемого выражения» [Доминикан, 2017: 125].

Определение языкового контекста, предложенное Т.Н. Гурьевой, обращает внимание на ещё одну характеристику контекста – влияющую на значение языковой единицы – и звучит следующим образом: «законченный отрывок в литературном произведении, содержащий цитату или выражение и

позволяющий уточнить их значение. В противном случае, вырванная из контекста цитата может иметь совершенно другое значение и отличаться от первоначального замысла автора» [Гурьева, 2009: 136].

Определение Б.А. Райзберг также фокусируется на том, что контекст влияет на значение языковых единиц, входящих в его состав, но говорит о текстах в целом: «1) относительно законченный отрывок текста, письменной или устной речи, общий смысл которого позволяет установить, уточнить значение и употребление входящих в него слов и словосочетаний; 2) условия, сведения, с учетом (в контексте) которых надо воспринимать определенные утверждения, события, действия» [Райзберг, 2012: 233].

Иными словами, языковой контекст представляет собой лингвистическое окружение исследуемой языковой единицы, которое помогает определить и уточнить его значение и употребление. Данные характеристики контекста важны для нас в нашем исследовании и они отображены в определении Т. ван Дейка, так как согласно его пониманию контекст может включать в себя как окружающие исследуемую языковые единицы, так и экстралингвистические факторы, влияющие на коммуникативную ситуацию.

1.2.2. Существующие классификации контекстов

Чаще всего, говоря о контексте, подразумевается именно лингвистическое окружение, поэтому иногда необходимы уточнения, так как согласно разным исследователям, существуют различные виды контекста. Рассмотрим некоторые существующие классификации, в основе которых лежат разные критерии.

Так, например, французский лингвист К. Дюрё, чьей классификацией мы пользуемся в ходе исследования, выделяет три вида контекста на основе того, что он в себя включает:

1) **«вербальный контекст** – «языковые единицы, которые предшествуют и следуют за определяемой языковой единицей»;

2) **ситуационный контекст** (или «ситуационные параметры») – «общие для адресата и для адресанта данные, включающие в себя культурную и психологическую ситуации, опыт и фоновые знания, ситуацию общения» ;

3) **когнитивный контекст** – «мнемонический запас, формируемый при усвоении смысла речи или текста; представляет собой новое знание (новые единицы смысла), полученное с начала восприятия данного речевого высказывания или текста» [Durieux, 1995: 216].

В рамках данного исследования нас интересует непосредственно вербальный контекст, так как именно он представляет ценность с точки зрения изучения коннотации языковых единиц. Многие исследователи (в том числе Р. Водак, Т.А. Казакова) при определении классификации вербального контекста на основе его размера приходят к тому, что он бывает двух видов:

1) **узкий контекст** (микрконтекст) (в терминологии американского социолога А. Сикурела «локальный» [Cicourel, 1964]) – представляет собой языковые единицы, окружающие исследуемую в рамках одного предложения;

2) **широкий контекст** (макрконтекст) – языковое окружение исследуемой языковой единицы, выходящее за рамки предложения [Казакова, 2001: 171].

Данная классификация имеет дальнейшее деление. Так, например, Л.С. Бархударов в своей работе также придерживается деления на широкий и узкий контекст, отмечая, что последний, в свою очередь, так же можно разделить на «синтаксический» и «лексический». Под синтаксическим подразумевается та синтаксическая конструкция, в которой употребляется исследуемая языковая единица [Бархударов, 1975: 71]. Под лексическим

контекстом подразумевается та совокупность лексических единиц, в окружении которых она употребляется [Там же: 169].

М.Б. Раренко предлагает классифицировать контекст на «левосторонний» и «правосторонний», основываясь на том, что текст развёртывается линейно. Под *левосторонним* понимаются все предшествующие языковые единицы, что играет важную роль при первичном восприятии отрывка текста. *Правосторонний* контекст представляет собой последующие языковые единицы после исследуемой и может распространяться за пределы предложения [Раренко, 2010: 69].

В рамках данного исследования в качестве материала используются фрагменты текста, представляющие собой узкий вербальный контекст. Выбор определён техническими характеристиками используемого корпуса, так как конкорданс формируется именно из фрагментов текстов, составляющих непосредственное окружение (в рамках одного предложения) исследуемой языковой единицы.

1.3. Коннотация как источник дополнительного смысла лексической единицы

1.3.1. Изучение коннотации в современной лингвистике

Считается, что слово «коннотация» появилось примерно в XIII в. от латинского слова *connotare* (означать, вместе – значить), а впервые как научный термин было применено в XIV в. в философии с целью различения слов по образу и действию. В лингвистику термин вошёл через грамматику Пор-Рояля и использовался для обозначения свойств [Кропотова, 2010: 33]. В настоящее время термин «коннотация» также употребляется в различных науках с различными оттенками значения, но даже в языкознании исследователи не всегда могут прийти к единому мнению в определении

понятия «коннотация». Ниже рассмотрим некоторые из существующих в лингвистике определений.

Впервые в языкознании термин был использован для обозначения свойств называемого предмета, и, несмотря на то, что с течением времени понимание и трактовка данного термина изменились, некоторые авторы по-прежнему склоняются к тому, что под коннотацией стоит понимать именно дополнительные характеристики денотата.

Одно из определений коннотации, в основе которого лежит его соотношение с признаками предмета описано в работе Ю.Д. Апресяна: «...коннотациями лексемы мы будем называть несущественные, но устойчивые признаки выражаемого ею понятия, которые воплощают принятую в данном языковом коллективе оценку соответствующего предмета или факта действительности» [Апресян, 1995: 159; цит. по Ревзина, 2001].

Тем не менее в современной науке часто встречается понимание коннотации именно как оценочного элемента значения слова. В данном случае коннотация является лексикографико-лингвистическим понятием [Lyons, 1977: 176].

Одно из определений коннотации, которое Ю.Д. Апресян рассматривает в своей работе «Коннотация как часть прагматики слова», звучит следующим образом: «С одной стороны, коннотациями назывались "добавочные" (модальные, оценочные и эмоционально-экспрессивные) элементы лексических значений, включаемые непосредственно в толкование слова. С другой стороны, о коннотациях говорили и тогда, когда имели в виду узаконенную в данной среде оценку вещи или иного объекта действительности, обозначенного данным словом, не входящую непосредственно в лексическое значение слова» [Апресян, 1992: 46].

Ю.С. Маслов рассматривает коннотацию как «созначения, т.е. эмоциональные, экспрессивные, стилистические "добавки" к основному значению, придающие слову особую окраску» [Маслов, 2007: 100].

Существует ряд исследователей, основывающих свои трактовки понятия «коннотация» на оппозиции коннотации и денотации. Такие трактовки термина относят коннотацию к логико-философским понятиям [Lyons, 1977: 176].

Предполагается, что впервые данная оппозиция была описана Дж.С. Миллом в его работах в XIX в. Согласно его точке зрения, «денотация – экстенциональное значение знака, коннотация – его интенциональное значение» [Милл, 1899: 104; цит. по: Кропотова, 2010: 35].

А.В. Филиппов включает оценку в денотацию, иными словами называет её «чисто денотативным элементом, неотделимым от понятия» [Филиппов, 1978: 60.].

Согласно трактовке И.А. Стернина, оценочный элемент может относиться как к коннотации, так и к денотации в зависимости от ситуации употребления. Определять соотношение оценочности с тем или иным определением автор предлагает следующим образом: «...если можно трансформировать значение в условную фразу «...и это хорошо / плохо» так, чтобы в левой части фразы не было оценочных слов, то оценка является дополнительной, коннотативной (голословный – не основанный на фактах, и это плохо); если подобная трансформация невозможна, тогда оценка – компонент денотации (подлец – подлый человек, негодяй)» [Стернин, 1985: 71].

«Обозначая явление, предмет, слово вместе с тем передает его связи и отношения в динамическом целом, в исторической действительности. Оно отражает понимание «кусочка действительности» и его отношений к другим элементам той же действительности, как они осознавались и осознаются обществом, народом в известную эпоху и при этом с широкой возможностью позднейших переосмыслений первоначальных значений и оттенков» [Апресян, 1992: 45].

Обращаясь к вышеупомянутой оппозиции коннотации и денотации, Р. Барт выводит важную характеристику коннотации. Так как под

коннотацией понимают дополнительное, сопутствующее значение, учёный утверждает, что коннотативные значения способны надстраиваться над основными значениями, коннотативные значения подвижны, относительны и могут изменяться [Барт, 2001: 36].

Рассмотрим трактовку коннотации В.Н. Телия: «семантическая сущность, узуально илиokkaзионально входящая в семантику языковых единиц и выражающая эмотивно-оценочное и стилистически маркированное отношение субъекта речи к действительности при её обозначении в высказывании, которое получает на основе этой информации экспрессивный эффект» [Телия, 1986: 5]. В данном определении раскрывается новый аспект, который не появлялся в выше приведённых понятиях. Говоря о том, что коннотация входит в семантику языковой единицы узуально илиokkaзионально, В.Н. Телия подразумевает, что определённое со-значение данной единицы может быть либо соответствующим принятому в обществе, в языковом коллективе употреблению (т.е. узуально), либо имеет индивидуальный характер, обусловлено индивидуальным опытом адресанта или специфическим контекстом и не соответствует общепринятому (т.е.okkaзионально).

Проанализировав существующие понимания термина «коннотация», мы пришли к выводу, что наиболее подходящим в нашей работе будет определение Ю.С. Маслова, так как оно выражает непосредственную сущность понятия и говорит о его оценочном характере, что лежит в основе практической части данной работы.

1.3.2. Роль коннотации в структуре лексического значения

Термин «коннотация» используется учеными разных областей науки, но перед тем, как дать определение самому понятию, необходимо определить его место в лексическом значении слова. Изучением коннотации занимались

такие крупные учёные как И.В. Арнольд, И.А. Стернин, И.М. Кобозева и В.В. Виноградов.

В большинстве существующих трактовок значения слова говорится о соотношении денотата – объекта реальности – с его пониманием, зафиксированным в языке, в сознании общества, с упоминанием оценки. Например, формулировка определения В.В. Виноградова звучит следующим образом: «Под лексическим значением слова обычно понимают его предметно-вещественное содержание, оформленное по законам грамматики данного языка и являющееся элементом общей семантической системы словаря этого языка. Общественно закреплённое содержание слова может быть однородным, единым, но может представлять собою внутренне связанную систему разнонаправленных отражений разных "кусочков действительности", между которыми в системе данного языка устанавливается смысловая связь» [Виноградов, 1977: 169].

Обратим внимание на определение И.В. Арнольд: «Под лексическим значением слова <...> понимается реализация понятия, эмоции или отношения средствами языковой системы. Поскольку в понятии отражается реальная действительность, значение слова соотносено с внеязыковой реальностью, вместе с тем понятие не тождественно значению, поскольку последнее имеет лингвистическую природу и включает неконцептуальные компоненты: экспрессивные, эмоциональные и другие коннотации» [Арнольд, 2002: 122].

В приведённом выше определении И.В. Арнольд упоминаются некоторые компоненты, входящие в лексическое значение слова. На сегодняшний день существуют разные взгляды на структуру лексического значения слова, ниже приведём некоторые из существующих теорий.

И.А. Стернин выделяет следующие компоненты лексического значения слова:

— «денотативный (предметно-логическая часть значения);

- *коннотативный* (отражение в значении условий акта общения, отношения говорящего к предмету речи или участникам акта речи);
- *селективный* (отражение в значении правил употребления знака в языке);
- *эмпирический* (обобщённое представление о референтах знака)» [Стернин, 1979: 30].

Согласно структуре, предложенной А.А. Гируцким, в лексическом значении выделяются компоненты:

- *денотативный* («соотносит слово с теми или иными явлениями действительности: предметами, качествами, отношениями, действиями, процессами и т.д.» [Гируцкий, 2003: 118]);

- *сигнификативный* («соотносит слово с обозначаемым им понятием» [там же: 120]);

- *лингвистический* (или «значимость» – «зависит от принадлежности слова к той или иной части речи, от его возможности сочетаться с другими словами, от наличия у него однокоренных слов, антонимов, от частотности слова в текстах и т.д.» [там же: 121]);

- *коннотативный* («состоит в дополнительной информации о слове эмоционально-оценочного, экспрессивного и стилистического характера» [там же: 121]);

- *прагматический* («характеризует слово через его восприятие конкретным носителем языка» [там же: 121]).

Рассмотрим ещё одну структуру лексического значения слова, предложенную Е.Г. Беляевской, которая включает следующие компоненты:

- *«денотативный* (языковое изображение понятия об обозначаемом предмете или явлении)

- *сигнификативный* (понятийная соотнесенность имени, его способность отражать соответствующее понятие),

— *коннотативный* (передаваемая словом, дополнительная по отношению к вещественному содержанию слова, информация об отношении говорящего к обозначаемому предмету или явлению)

— *прагматический* (дополнительная по отношению к вещественному содержанию слова информация об участниках коммуникации и условиях коммуникации)» [Беляевская, 1987: 45-52; цит. по: Денисенко, 2013: 156-157].

Согласно И.М. Кобозевой в семантике слова понятие (сигнификативное значение) часто связано с некоторыми дополнительными представлениями – коннотациями, и именно эмоционально-оценочные коннотации важны для оказания нужного воздействия на адресата, так как они вызывают к его эмоциям или ценностям. В языке часто существуют слова, обозначающие одно и то же, но находящиеся в разных системах представлений по оценочному признаку (например, «хороший – плохой») и по этой причине иногда приходится выбирать определённые средства выражения той же самой идеи, чтобы передать другое оценочное значение (фантазёр и лгун – слова, обозначающие человека, который может неточно передать информацию, добавить что-то своё, приукрасить рассказ и т.д., но фантазёром скорее назовут человека в том случае, если захотят выразить одобрение, в отличие от лгуна) [Кобозева].

Существует много других точек зрения на структуру лексического значения, но уже на примере приведённых выше трёх наборов компонентов, можно сделать вывод, что основными в нём являются денотативный (соотносящий предмет реальности с его языковым изображением) и коннотативный (дающий дополнительную информацию об оценочной и эмотивной нагрузке, которую несёт данная языковая единица).

1.3.3. Подходы к структурированию коннотации

Можно предположить, что коннотация, будучи сложным феноменом, также может иметь более мелкие составляющие, компоненты. Для более полного понимания сущности коннотации мы считаем целесообразным рассмотреть различные подходы к структуре коннотации, что поможет при интерпретации контекста. Обзор научной литературы показал, что существует несколько точек зрения на данное деление.

И.А. Стернин предлагает выделять следующие основные компоненты коннотации, так как они присутствуют в семантике значительного большинства слов:

– *эмоциональный* («выражение словом эмоции или чувства» [Стернин, 1979: 72]. Предполагается, что языковая единица может быть связана с выражением эмоции по-разному:

- может выражать эмоцию непосредственно, но не передавать её (междометия, предназначенные для выражения эмоций, которые не несут коммуникативной нагрузки);

- может выражать и передавать отношение говорящего (данные языковые единицы обязательно должны обозначать какие-либо характеристики предмета и эмоциональное отношение автора к этому предмету – слова, эмоционально характеризующие обозначаемые объекты и их действия) [там же: 73];

- может вызывать эмоцию, но не передавать её (эмоциональная реакция на языковую единицу может быть любой, индивидуальной) [там же: 74];

- может сообщать об эмоции, но не вызывать её (слова, которые называют или характеризуют эмоции человека) [там же: 75].

– *экспрессивный* («экспрессия – выразительность, яркость, необычность речи; иногда – художественность, изобразительность» [там же:

81]). И.А. Стернин цитирует И.В. Арнольд: «слово обладает экспрессивным компонентом значения, если своей образностью или каким-нибудь другим способом подчёркивает, т.е. усиливает то, что называется в этом слове или же в других синтаксически связанных с ним словах» [Арнольд, 1973: ; цит. по: Стернин, 1979: 82]).

– *оценочный* («одобрительная или неодобрительная оценка, заключённая в значении слова» [Стернин, 1979: 76]). И.А. Стернин отмечает, что нельзя напрямую связывать оценочный компонент слова с истинностью употребления слова в конкретной ситуации, так как его употребление зависит от восприятия происходящего говорящим, который, руководствуясь теми или иными причинами, сознательно или бессознательно употребляет оценочное слово в значении, которое не обязательно соответствует действительной оценке референта. Оценочное значение языковых единиц часто отмечено специальными пометами в словарях: ирон., ласк., неодобр., шутил., и т.д [там же: 77].

– *стилистический* в свою очередь подразделяется на функционально-стилистический и экспрессивный:

- *функционально-стилистический* «понимается как указание на преимущественную сферу употребления слова – книжная и разговорная речь» [там же: 86];

- *экспрессивно-стилистический* «понимается как указание на некоторое отношение говорящего к предмету речи – фамильярный, возвышенный, поэтический, просторечный, вульгарный, профессиональный и другие оттенки значения» [там же: 86].

Таким образом, И.А. Стернин предлагает выделять компоненты коннотации на основе их значения. Ниже рассмотрим другую структуру, представленную в виде таблицы, составленной на базе анализа литературы и помет, присутствующих в различных толковых словарях русского языка, автором которой является исследователь Е.М. Сторожева [Сторожева, 2007:

115–116]. Предложенная исследователем структура представлена в Таблице 2.

Таблица 2. Структура коннотации

Компоненты коннотации		Примеры помет в словарях
Внутриязыковые	1. Диахронические	Архаическое, устаревшее, устаревающее
	2. Мотивационные (синхронические)	Переносное, часть без помет
Внешиязыковые	1. Функционально-стилистические	Научное, канцелярское, возвышенное, сниженное и т.д.
	2. Идиомные (социальные):	Литературное, разговорное, просторечное, диалектное
	2.1. макроидиомные компоненты	
	2.2 микроидиомные компоненты (социолектные)	Жаргонное, профессиональное (специальное), пометы, связанные с биологическими признаками носителя языка – пол, возраст, т.д. – молодежное, детское и др.
	2.3 идиолектные	Нет помет в словарях
	3. Психологические:	Положительное, отрицательное, нейтральное
	3.1. эмоциональные	
3.2. экспрессивные	Бранное, грубое, ироничное, ласкательное, презрительное, пренебрежительное, уважительное, уменьшительное, уничижительное, шутивное, неодобрительное, одобрительное, фамильярное, укоризненное	
3.3 фоносемантические	Нет помет в словарях	
4. Национально-культурные	Нет помет в словарях	

Автор данной структуры коннотации выделяет две основных группы компонентов коннотации – *внутриязыковые* и *внешнеязыковые*. Под *внутриязыковыми коннотациями* подразумеваются те, которые «связаны с восприятием слова в связи с развитием языковой системы» [Сторожева, 2007: 115], и которые в свою очередь делятся на диахронические и синхронические (мотивационные).

Диахроническими называют такие компоненты, которые «позволяют проследить изменения, которые произошли со словом в течение времени» [там же: 115].

Синхронический компонент «дополняет объективное значение языковой единицы ассоциативно-образным представлением об обозначаемой реалии на основе внутренней формы наименования, то есть на основе признаков, которые мотивировали переосмысление данного явления» [там же: 115].

Автор связывает *внешнеязыковые компоненты* с «экстралингвистическими факторами, параметрами ситуации общения, с восприятием и оценкой говорящего предмета, ситуации, о которых идет речь; эти элементы характеризуют условия, в которых протекает речевое общение; самого говорящего с различных сторон; социальные отношения участников речи и т. п.» [там же: 115]. Данная группа компонентов состоит из следующих подгрупп:

– *функционально-стилистические компоненты* (связаны со стилистическими дифференциациями в языке) [там же: 116];

– *идиомные*:

• *макроидиомные* («свидетельствуют о принадлежности слова к макроидиомам языка – литературному языку, разговорной речи, просторечию, диалекту» [там же: 116]);

• *микроидиомные* («указывают на принадлежность слова к микроидиомам (социолектам) – жаргонам (молодежным, студенческим, профессиональным), аргю и т. д.» [там же: 116]);

• *идиолектные* («связаны с личностными смыслами, с переживаниями субъекта речи» [там же: 117]);

– *психологические коннотации* (выражают отношение говорящего):

• *эмоционально-оценочный компонент* («связан восприятием и оценкой ситуации с позиций "положительно – отрицательно – нейтрально"» [там же: 116];

- *эмоционально-экспрессивный компонент* (выражает «личностное отношение говорящего к складывающимся или возможным ситуациям, к своей деятельности» [Леонтьев, 1971: 37; цит. по: [Сторожева, 2007: 116]).
- *фоносемантический компонент* («основан на выявлении связи между звучанием слова и его значением» [Сторожева, 2007: 116]);
 - *национально-культурный компонент* («отражает принятую в данном обществе, культуре точку зрения на предмет речи» [там же: 117]).

Коннотация представляет собой сложный феномен, место которого в лингвистическом значении слова неоднозначно, что приводит к появлению в современной науке разнообразных точек зрения на её структуру, и в основе каждой системы лежат различные критерии. В нашем исследовании вслед за Ю.С. Масловым под коннотацией понимаются дополнительные эмоциональные или стилистические «добавки» к основному значению слова.

1.4. Акции формата «Word of the Year» / «Слово года» и их роль в современной науке

Развитие технологий связи и коммуникации, распространение Интернета и социальных сетей открыли большие возможности для социальных исследований, которые могут использоваться и в смежных науках, в том числе и в лингвистике. Одним из таких социо-лингвистических проектов являются акции формата «Слово года», проводимые в различных языковых сообществах по всему миру.

Объясним, что собственно представляют собой акции формата «Слово года». Участниками голосования и претендентами на звание слова-победителя становятся такие языковые единицы, которые могут считаться значимыми в определённый период времени – издательство Оксфордского словаря характеризует такие слова как «*prominent or notable*» [Word of the Year: frequently asked questions], то есть «заметные» или «выдающиеся». Под

этим в большинстве случаев подразумеваются слова, которые оказались на пике популярности и частотности употребления по той или иной причине (это могут быть как совершенно новые языковые единицы, обозначающие новые явления, так и уже существующие, отмеченные резким скачком популярности).

Выбор слова года может отличаться в деталях для каждой отдельной страны или организатора, но процесс в целом одинаков во всех случаях: слова-участники акций выбираются специальными программами, анализирующими онлайн-тексты в течение года и вычисляющими наиболее значимые или часто употребляемые слова за указанный период времени, или присылаются организаторам обычными гражданами, после чего в конце года начинается голосование – открытое, принять участие в котором могут все (например, Япония), либо закрытое, где в качестве жюри выступают сами организаторы и приглашённые учёные (например, Россия).

Обратимся к истории данного проекта. Многие из акций, проводимых и в настоящее время, появились во второй половине 20 века в период бурного развития коммуникационных технологий, СМИ, и, в скором, появления Интернета. Считается, что самыми первыми акцию «Слово года» провели в Германии по инициативе Общества немецкого языка (*Gesellschaft für deutsche Sprache*) в 1971 году, и возобновили в 1977 году, после чего акция стала ежегодной [*Wort des Jahres*]. В 1990 году началась история данной акции для самого распространённого языка – английского: профессор американского колледжа, А. Меткаф, вдохновившись акцией «Человек года», проводимой журналом *TIME* с целью выбрать самую влиятельную личность, предлагает попробовать выбрать «Слово года» (*Word of the Year* или *WOTY*). Предполагается, что предпосылки к созданию подобной акции были и раньше, но официально и масштабно она была впервые проведена именно 9 декабря 1990 года [*Words of the Year: How the Pithy Tradition Began, 2014*]. Другой акцией, история которой насчитывает пару десятков лет, является японская версия, впервые проведённая в 1995 году *Kanji Proficiency Society*, –

с тем отличием, что выбирают не самое популярное слово, а самый популярный иероглиф («кандзи») [The 2014 Kanji of the Year: "Zeī", 2014]. Одна из самых популярных на сегодняшний день акций – проводимая издательством Оксфордского словаря (Oxford English Dictionary) для британского и американского вариантов английского языка – была впервые проведена в 2004 году [Word of the Year: frequently asked questions].

Выше перечислены самые первые проведённые акции формата «Слово года», которые дали толчок развитию данной тенденции и в других лингвокультурах. Так как английский язык – один из самых распространённых в мире и имеет большое количество вариантов, существует и несколько версий данной акции, среди них уже упоминаемые выше версии издательства Оксфордского словаря (для британского и американского английского), журнала *TIME* (для американского английского), а также существуют версии издательства словаря *Merriam-Webster* (американский английский) [Word of the Year 2018, 2018] и *Macquarie Dictionary* (австралийский английский) [Macquarie Dictionary Word of the Year]. Также подобные ежегодные акции проводятся в таких странах как Норвегия, Швеция, Дания, Нидерланды, Бельгия, Испания, Франция, Португалия, Китай, Япония, Сингапур [13 Words of the Year from Other Countries, 2015].

В ходе нашего исследования, мы решили использовать результаты акции издательства Оксфордского словаря именно по той причине, что на сегодняшний день она является самой популярной из всех, проводимых для английского языка. К тому же, данная версия акции охватывает как британский, так и американский английский, и результаты голосования для обоих вариантов английского языка во многих случаях совпадают, что позволяет расширить эмпирическую базу исследования.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Проанализировав теоретические источники, мы пришли к следующим выводам.

1. В настоящее время корпуса текстов достаточно популярны, изучаются как российскими, так и зарубежными учёными и широко используются в различных лингвистических исследованиях, так как представляют собой удобный инструмент для сбора эмпирических данных.

2. Изучив существующие трактовки термина контекст, определив различия, и представив различные классификации, мы определили, что в данной работе, ориентируясь на определение Т. ван Дейка, под контекстом мы понимаем языковое окружение исследуемой единицы, которое может состоять из единичных слов, предложения или целого текста. Согласно изученным классификациям, было определено, что в практической части работы будет использоваться узкий вербальный контекст для определения коннотации исследуемых языковых единиц и отношения автора к обозначаемым ими предметам и явлениям.

3. Был проведён анализ некоторых существующих пониманий лексического значения слова с целью определения места коннотации. В результате анализа было выявлено, что коннотационный компонент, наряду с денотационным, является основным в большинстве существующих трактовок лексического значения.

4. Были приведены определения коннотации, рассматриваемые с различных точек зрения. В данной работе вслед за Ю.С. Масловым мы понимаем коннотацию как эмоциональные, экспрессивные, стилистические «добавки» к основному значению, придающие слову особую окраску.

5. Акции формата «Word of the Year» / «Слово года», которые находятся в центре нашего исследования, несмотря на относительно короткую историю, в настоящее время достаточно популярны и проводятся во многих странах мира для различных языков. Они представляют собой

инструмент для социологических или социолингвистических исследований, позволяющий определить отношение общества к тому или иному явлению или предмету в указанный период времени.

ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СЛОВ-ПОБЕДИТЕЛЕЙ АКЦИИ «WORD OF THE YEAR» / «СЛОВО ГОДА» В КОРПУСАХ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

В практической части данной работы проводится анализ языковых средств, составляющих контексты употребления слов-победителей акций «Word of the Year» / «Слово года». Как уже было отмечено в теоретической части исследования, версия акции для русского языка существует только одна, тогда как слово года в английском языке (и разных его вариантах) выбирается редакциями многих словарей. В нашей работе мы опираемся на результаты акции, проводимой редакцией Оксфордского словаря, так как они выбирают слова-победители акции для британского и американского английского языков. Слова, ставшие победителями данных акций за последний десять лет, представлены в Таблице 3.

Таблица 3. Слова-победители акций «Слово года» и «Word of the Year»

Слово года	Год	UK Word of the Year	US Word of the Year
Новичок	2018	toxic	
реновация	2017	youthquake	
брекзит	2016	post-truth	
беженцы	2015	😄 (Face With Tears of Joy, Unicode: U+1F602, part of emoji)	
крымнаш	2014	vape	
госдура	2013	selfie	
Болотная	2012	omnishambles	GIF (noun)
полиция	2011	squeezed middle	
огнеборцы	2010	big society	refudiate
перезагрузка	2009	simples	unfriend
кризис	2008	credit crunch	hypermiling

Нами были выбраны слова-победители 2014-2016 годов, так как на момент начала исследования корпус уже содержал большое количество данных для них. Тем не менее, для англоязычной версии акции было решено

не изучать победителя 2015 года, которым стал эмодзи «лицо со слезами радости», так как он сам по себе отражает эмоцию автора и используется для выражения радости/веселья в сопутствующем тексте, и вместо него исследовать слово-победитель 2013 года – *selfie*.

Всего в рамках данного исследования нами было изучено: 500 контекстов для слова-победителя крымнаш (всего 3978 в корпусе), 500 – для слова беженцы (всего 33,339), 51 – для брекзит (всего 51), 500 – для *selfie* (всего 11643), 500 – для *vape* (всего 3735) и 500 – для *post-truth* (всего 597). Все контексты были собраны с помощью корпуса NoSketch Engine Maximum.

Необходимо отметить, что в качестве материала нами используются узкие вербальные контексты (т.е. содержащие языковое окружение исследуемой языковой единицы в рамках одного предложения). Несмотря на то, что корпус позволяет посмотреть широкий контекст для каждой записи, при автоматическом сохранении конкорданса возможно сохранение только узких контекстов. Автоматическое сохранение конкорданса позволило значительно облегчить сбор материала и увеличить количество исследуемых записей, и по этой причине нами был сделан выбор в пользу использования узких вербальных контекстов.

2.1. Аспекты анализа коннотации

Анализ и систематизация текстов, содержащих слова-победителей акций, позволили составить следующую классификацию видов коннотаций в отношении изучаемых феноменов:

1) положительная коннотация (отношение автора текста к феномену, обозначаемому исследуемым словом-победителем, исключительно положительное);

2) отрицательная коннотация (отношение автора текста к феномену, обозначаемому исследуемым словом-победителем, исключительно негативное);

3) нейтральная коннотация:

— сугубо нейтральная коннотация (используемые языковые средства не несут никакой эмоциональной окраски; к данной категории относятся контексты с простой констатацией факта и информацией);

— структурные элементы, тэги, формальные названия (в конкорданс корпуса попадают не только авторские тексты, но и записи, представляющие собой структурные элементы сайтов (например, названия разделов, тэги), которые не несут никакой эмоциональной окраски);

4) неопределённая коннотация – использование узкого контекста (т.е. в рамках одного предложения) привело к тому, что в некоторых случаях коннотацию определить было невозможно ввиду

— недостаточного объёма контекста (встречается достаточно много контекстов, состоящих из малого количества слов (или из одного – слова-победителя), по которым невозможно определить отношение автора, так как в зависимости от информации, содержащейся в широком контексте, их можно воспринимать как в прямом, так и переносном значении);

— наличия противоречия (некоторые контексты в равной мере содержали языковые единицы, имеющие положительную и негативную коннотации, что не позволило однозначно установить отношение автора из-за отсутствия широкого контекста).

Далее подробно рассмотрим примеры, иллюстрирующие каждую из категорий классификации. Во всех приведённых контекстах сохранены оригинальные орфография и пунктуация автора текста.

2.2. Исследование слов-победителей англоязычной версии акции

2.2.1. Selfie

Начнём анализ с определения значения слова-победителя 2013 года – *selfie*. Согласно Оксфордскому словарю, оно используется для обозначения

«фотографии, которую человек делает сам, обычно с помощью телефона или вебкамеры и выкладывает в соцсети» [English Oxford Living Dictionaries].

Далее рассмотрим примеры контекстов согласно классификации.

Положительная коннотация:

Пример 1. *I like selfies because I am in complete control of how I am being presented that is powerful like boys on facebook laugh at the “stupid girls taking mirror selfies” and media mocks “generation < selfie >” but maybe that is because girls are controlling how they are presenting images of themselves to the world and that is scary to them.* (mastersmeg.co.vu)

Несмотря на то, что в данном контексте можно выделить языковые средства с негативной коннотацией (*boys laugh, stupid girls taking mirror selfies, media mocks generation selfie*), необходимо отметить, что автор использует их лишь для того, чтобы продемонстрировать противоположную своей точку зрения. Сам автор относится к селфи положительно, что можно понять по следующим языковым единицам: *I like selfies because I am in complete control*, и фразам *girls are controlling [how they are presenting]* и *that is scary to them*, которые противопоставляются упоминаемым негативным мнениям.

Пример 2. *found some more photos from seattle. including maura & i taking a < selfie > on the top of the space needle, as well as the both of us in the middle of posting photos to instagram, i love that we have these moments of our every day, technology-induced snapshots of our lives so we can show our kids/grandkids.* (maurarose.tumblr.com)

В данном примере автор выражает своё мнение о том, насколько селфи важны лично для него и ключевыми для понимания отношения являются фразы *I love*, эксплицитно выражающая любовь к возможности делать такие фотографии (*technology-induced snapshots*), и объясняет это тем, что они представляют большую ценность для будущих поколений (*so we can show our kids/grandkids*).

Пример 3. *Never before have we been so conscious of our appearances either: the ‘<selfie>’ is A Thing.* (goodthingblog.com)

Автор данного текста выражает своё отношение к selfie через использование грамматических, лексических и визуальных средств, а именно через использование грамматического времени Present Perfect с целью обозначения, что до нынешнего момента не было сделано ничего подобного, что было усилено обстоятельствами времени *never before* (никогда раньше); через использование прилагательного с наречием – *so conscious* (сосредоточены на); и через использование существительного *A Thing*, которое само по себе обозначает что-то очень популярное, и, к тому же, написано с большой буквы, что также обозначает важность.

Пример 4. *Dummyinacan and the lovely goldpagne cat < selfie > you see above—all of Instagram's favorite things.* (gizmodo.com)

Положительное отношение автора текста к феномену селфи выражается через используемые лексические средства: само селфи он характеризует как *lovely* (милый, симпатичный), и относит его к числу тех явлений, которые популярны в Инстаграме – *favourite things* (любимые вещи).

Пример 5. *Who doesn't love a good <selfie>?* (blistersandblacktoenails.blogspot.ca)

В данном примере мы видим вопрос с отрицательной конструкцией, но в целом данный контекст представляет собой риторический вопрос, который можно перевести следующим образом «Кто же не любит хорошие селфи?».

Среди остальных контекстов, автор которых положительно относится к феномену selfie, можно выделить следующие наиболее яркие средства: *bridge the communication gap, bring us all together on the same level, Thanks for posting [your selfie], unforgettable, hard to top, loved-up, aesthetic expression, an artistic genre, all the rage, perfect time [for a selfie], may not be a bad thing, makes it look easy, a fantastic effort, hilarious or awesome, I especially love [the selfie shots], along with the warm feeling in your heart, brilliant, takes a great selfie, doesn't*

mean [the act of taking a selfie] is a bad thing, too good an opportunity [taking a selfie], I am proudly a member [of the selfie generation], became an instant classic, might be better than a professional photo, [selfie] actually does good and promotes doing good for others.

Негативная коннотация:

Пример 1. *Do take a < selfie > to show off something, such as a new haircut, or a cold sore.* (theluxuryspot.com)

В первом примере негативное отношение автора выражается через сарказм. Глагол *to show off* обозначает «вести себя таким образом, чтобы привлечь внимание и вызвать восхищение, что часто раздражает окружающих, хвастаться» [Cambridge Dictionary], то есть сама по себе лексическая единица несёт негативную окраску. Далее автор предлагает похвастаться новой причёской (*a new haircut*), что не несёт в себе никакого противоречия, а вместе с ней и герпесом (*cold sore*), что обычно наоборот пытаются скрыть. В итоге предложение в целом напоминает «вредный совет» – автор говорит о том, что его раздражает в данном явлении, советуя сделать именно такое селфи.

Пример 2. *It's narcissistic and the rise of the < selfie > [what a crass term] reflects that.* (nourishingobscurity.com)

Второй пример тоже характерен наличием лексических единиц, имеющих негативную окраску. Съёмку самого себя автор называет самолюбованием (*narcissistic* – самовлюблённый, любующийся собой), и ремарка [*what a crass term*] («что за глупый термин»), стоящая после самого слова *selfie*, усиливает негативную окраску.

Пример 3. *Our question is, in this year -- and the upcoming ones of this decade -- do we need to be more < selfie > or more selfless?* (huffingtonpost.com)

В данном контексте нет лексических единиц, эксплицитно выражающих отношение автора, но присутствует противопоставление *selfie or selfless*. Так, отталкиваясь от значения слова *selfless* – бескорыстный, неэгоистичный – можно предположить, что противопоставляемое ему *selfie*

имеет негативную коннотацию и, фактически, заменяет антоним *selfish* (эгоистичный).

Пример 4. *Witness the **onslaught** of “ <selfie >” photos, which **regularly clog up** news feeds.* (trailreflections.com)

Отношение автора к селфи в данном контексте выражается через употребление лексических единиц, которые обычно используются в других сферах по отношению к определённым явлениям, не имеющим ничего общего с данным феноменом. Слово *onslaught* переводится как «стремительная атака, нападение» и в своём прямом значении используется для описания каких-либо боевых действий, но в данном контексте, используя его вместе с *selfie*, оно было употреблено с целью обозначения слишком большого количества фотографий, которые засоряют новостные ленты (*clog up* в основном употребляется для обозначения засорения чего-либо (например, окружающей среды) мусором).

Пример 5. *Critics claim that the act of taking a < selfie > is **annoying, insecure, and self-obsessed.*** (igigi.com)

Автор данного примера открыто выражает своё неодобрение, употребив по отношению к *selfie* три прилагательных, имеющих негативную окраску: *annoying* (раздражающий), *insecure* (неуверенный), *self-obsessed* (самовлюблённый).

Кроме приведённых выше примеров контекстов, можно отметить следующие яркие лексические единицы, которые встретились в других фрагментах и представляют собой яркое выражение негативного отношения автора к феномену, обозначаемому словом *selfie*: *infuriates me, made me giggle, vaguely embarrassing, should be ashamed of posting this, [the idea of taking a selfie while at a funeral] crossed the line, classless jerk [would take a selfie at a funeral], turned us all into one big selfie, instantly notorious, onslaught [of selfies], regularly clog up news feeds, a bit grandiose, shitty, self-sadistic and self-obsessed, secret insecurity [beneath the surface of every selfie], awkward cell*

phone shots, selfish [selfie], buzzed about [selfie], don't use [a selfie] as your profile photo.

Нейтральная коннотация:

Пример 1. *<Selfie > can actually be traced back to 2002 when it was used in an Australian online forum.* (scpr.org)

Первый пример нейтральной коннотации представляет собой информацию о том, когда и где впервые было использовано слово *selfie*.

Пример 2. *CANBERRA, Australia (AP) — "The Wolverine" star Hugh Jackman revealed he has been treated for skin cancer and **shared** a <selfi > showing his bandaged nose.* (timesnews.net)

Данный пример представляет собой начало новости (*AP – Associated Press* – новостной ресурс), и само предложение является констатацией факта о том, что актёр Хью Джекман выложил селфи, и автор новостной статьи никак не комментирует и оценивает данное действие.

Пример 3. *Then in **And the Worst < Selfie > Ever** when Max sees Caroline and Andy in the bed together, the company bag was on the table, full of candy.* (2brokegirls.wikia.com)

В третьем примере слово *selfie* является частью названия серии сериала *2 Broke Girls*.

Пример 4. ***4: Draw a <selfie>**.* (starlit-waves.tumblr.com)

Элемент 4: в начале данного фрагмента с большой вероятностью обозначает то, что приведённое предложение – часть инструкции о том, как сделать что-либо – и кроме самой исследуемой лексической единицы содержит лишь артикль и глагол, указывающий на то, какое действие необходимо совершить.

Пример 5. *<Selfie > **Quotes In French*** (great-quotes-powerful-minds.com)

Пятый пример представляет собой структурный элемент, заголовок раздела сайта с цитатами.

Пример 6. *“ <SELFIE> ” IS DEEMED THE WORD OF THE YEAR BY OXFORD UNIVERSITY PRESS* (argusleader.com)

Пример 7. *<Selfie> is the Oxford Dictionaries word of the year.*
(ipagehostingblog.com)

Примеры 6 и 7 представляют собой заголовок и фрагмент новости о том, что *selfie* было выбрано словом года по версии редакции Оксфордского словаря. Необходимо отметить, что среди контекстов, попадающих в данную категорию (с нейтральной коннотацией), существует большое количество записей такого типа.

Неопределённая коннотация:

Пример 1. *The spa <selfie> was a riot.* (slimpaley.com)

В первом примере лексическая единица с эмоциональной окраской, характеризующей селфи, является слово *riot* (бунт, протест). Можно предположить, что протест может выражать негативное отношение автора, но ввиду отсутствия более широкого контекста сложно сказать, было ли селфи протестом ради изменения в лучшую сторону или наоборот.

Пример 2. *I originally took my semi-traditional bathroom <selfie> for this post but umm it was a hot mess.* (transatlanticblonde.blogspot.co.uk)

Проблема определения коннотации данного контекста обусловлена тем, что словосочетание *hot mess* может быть интерпретировано двояко. Кембриджский словарь характеризует это как кого-то или что-то, имеющего неопрятный, грязный вид, то есть в данном определении заключена негативная оценка [Cambridge Dictionary]. С другой стороны, сленговый словарь Urban Dictionary (нам представляется необходимым обратиться именно к нему, так как данный фрагмент очевидно написан в разговорном стиле, что подтверждается использованием самого неформального словосочетания *hot mess* и междометия *umm*, выражающего задумчивость, сомнение автора текста) указывает на то, что это – описание неопрятного внешнего вида, который, тем не менее, по-прежнему привлекателен и симпатичен, что говорит об обратном – о наличии у данного словосочетания положительного оттенка [Urban Dictionary]. Наличие более широкого контекста помогло бы более точно определить к чему склоняется автор.

Пример 3. <Selfie>.... (daddychief.com)

Периодически встречаются контексты, состоящие из одного слова – самого слова-победителя – которые в автоматически сохранённом конкордансе не имеют никаких других языковых единиц, которые позволили бы определить отношение автора к данному феномену.

Пример 4. *President Barack Obama gave one of his **most inspiring** speeches during Nelson Mandela’s memorial service, **however**, his <selfie> snap with British prime minister, [...]*. (thetalkative.com)

В четвёртом примере, который, вероятно, представляет собой отрывок из новостного поста, содержится немного языковых единиц, относящихся к исследуемой, и они являются лишь уточнением того, о каком именно селфи бывшего американского президента идёт речь, продолжение предложения в записи отсутствует и вместо него в корпусе стоит [...]. Мы можем сделать предположение относительно настроения автора по имеющимся языковым единицам: первая часть предложения, в которой говорится о речи Барака Обамы, имеет положительную окраску благодаря прилагательному в превосходной степени – *his most inspiring speech* (его самая вдохновляющая речь), но вторая часть предложения отделяется вводным словом *however*, после которого обычно следует мысль, противоположная предыдущей, поэтому можно предугадать, что отношения автора к селфи президента будет негативным. Тем не менее, подтвердить данную мысль возможно лишь при наличии более широкого контекста.

Пример 5. *Is this **the sickest** <selfie> of all time?* (ecanadanow.com)

Данный пример имеет некоторую схожесть с примером 2, так как слово, характеризующее *selfie* и стоящее в превосходной степени, *the sickest*, может иметь абсолютно противоположные значения. Такие словари, как Кембриджский или Оксфордский определяют *sick* как «болезненный, нездоровый», тогда как сленговый словарь – как «классный, крутой». В таком случае, отсутствие большего контекста делает невозможным установление коннотации данного фрагмента.

В результате анализа контекстов к слову *selfie* мы получили следующую статистику: положительная коннотация – 91, негативная коннотация – 65, нейтральная коннотация – 253, неопределённая коннотация – 91. На основании данного соотношения можно сделать вывод, что слово-победитель 2013 года часто используется обыденно, то есть англоязычное общество нейтрально относится к данному феномену и воспринимает его чаще всего исключительно как явление повседневной жизни. Однако, если рассматривать остальные примеры, несущие эмоциональную нагрузку, можно отметить, что общество более склонно относиться к фотографиям самих себя положительно.

2.2.2. Vape

Победителем англоязычной версии акции «Word of the Year» в 2014 году стал глагол *to vape*, который произошёл от слов *vapour* (пар) и *to vaporize* (испарять) и означает *вдыхать и выдыхать пар, производимых электронной сигаретой или похожим устройством* [Word of the Year 2014].

Рассмотрим примеры контекстов для каждой категории классификации.

Положительная коннотация:

Пример 1. <Vape > ***on and stay healthy!*** (calgaryjournal.ca)

Первый пример представляет собой мотивационное высказывание, говорящее о том, что можно *курить электронные сигареты/вейпы* и при этом *быть здоровым*. Курение обычных сигарет вызывает только негативные ассоциации в плане здоровья, но авторы данного высказывания придерживаются иной точки зрения, говоря о курении именно электронных сигарет, что подразумевает то, что отношение к вейпам – противоположное.

Пример 2. *So buy from us, and spend less and enjoy a healthy body as you < vape >*. (streamcity.co.uk)

Пример 2 представляет собой ещё один фрагмент текста, в котором отношение автора к электронным сигаретам выражается через упоминание о пользе (или отсутствии вреда) вейпов – *enjoy a healthy body* (наслаждайтесь здоровым телом).

Пример 3. *You will never regret having this product because it **is designed to be used easily** by anyone who **wants to be satisfied** with the botanicals or herbs they want to < vape >. (vaporizerhut.com)*

Автор третьего примера выражает своё одобрение через описание некоторого продукта для тех, кто хочет курить электронные сигареты, говоря о том, что это можно сделать легко (*is designed to be used easily*) и сможет удовлетворить людей с определёнными предпочтениями в данном виде (*anyone who wants to be satisfied*).

Примеры 1–3 представляют собой отрывки из описаний вейпов, электронных сигарет, приспособлений и аксессуаров для них или реклам. В конкордансе фрагменты такого типа встречаются достаточно часто.

Пример 4. *I can < vape > anyplace, such as sitting at the computer creating this hub, and **I don't have to worry about anybody around me complaining**. (motorboat.obscurepath.org)*

Четвёртый пример снова основывается на скрытой отсылке к курению обычных сигарет. Автор утверждает, что может курить электронные сигареты везде, и отдельно отмечает тот факт, что не придётся переживать из-за того, что кто-то может пожаловаться на его привычку (*I don't have to worry about anybody around me complaining*) – так как именно люди, курящие обычные сигареты в общественных местах, вызывают большое раздражение у некурящей общественности.

Пример 5. *So **I like to** < vape > while I'm in the car, **I like to** vape while after I have a meal or when I have a coffee or when I'm drinking **and so on**, so it mirrors that almost.” (ascpjournal.org)*

Автор текста, фрагментом которого является пятый пример, неоднократно в рамках одного предложения признаётся в том, что ему

нравится курение электронных сигарет – повторяющиеся *I like to vape* с перечислением различных мест, где он может это делать, и продолжение фразой *and so on*, обозначающей, что список таких мест можно продолжать ещё.

В остальных записях конкорданса встретились следующие яркие языковые единицы, отражающие положительное отношение авторов к вейпу: *as a safer way for smokers to [get their fix]; [tested the vape and] noticed improvements in my health; instead of developing a bunch of carcinogens; promoting [vape] culture; an affordable habit; wants to relax but does not want to destroy their body with chemicals, nicotine and tobacco; undamaging; simply chill and < vape > with us; will be the most beneficial alternative; an absolute pleasure to vape with; simple and convenient; mesmerizing; like it better than smoking; good & satisfying; [I vape] as a hobby; [people who vape] are not going to die.*

Отрицательная коннотация:

Пример 1. *Need to < vape > discreetly?* (ecigarette-starter-kit.com)

Автор первого примера использовал слово *discreetly* для описания манеры курения электронных сигарет. Оно означает делать что-то очень аккуратно, в особенности для того, чтобы не привлекать много внимания и сохранить что-то в секрете [Cambridge Dictionary]. Судя по ссылке это может быть частью описания вейпа или рекламы, что подразумевает расхваливание товара, но значение слова *discreetly* и его использование в данной ситуации говорит о том, что, вероятно, несмотря на общее позитивное отношение к курению электронных сигарет, по-прежнему есть те, кто предпочёл бы это не афишировать по какой-то причине, так как, например, считает это неуместным или, возможно, даже постыдным.

Пример 2. *Look before you < vape >* (moneylife.in)

Второй контекст представляет собой фразу-предостережение *Look before you <действие>* (Посмотри прежде чем <что-то сделать>), которая часто применима в опасных ситуациях, например, когда учат правильно переходить дорогу, что приводит к выводу о том, что автор текста предлагает

подумать прежде чем курить электронные сигареты или быть при этом предельно внимательным.

Пример 3. *Moreover, I am not particularly concerned about your vaping habit but do the rest of us and the environment a favour, please < vape > in the designated areas only.* (dailyexpress.com.my)

Автор текста в Примере 3 выражает не столько своё отрицательное отношение, сколько общественное: сам про себя он говорит, что курение электронных сигарет его не тревожит (*I am not particularly concerned*), но при этом просит сделать одолжение для других и для окружающей среды (*do the rest of us and the environment a favour*) и курить только в специально отведённых местах (*in the designated areas only*), так как, вероятно, даже электронные сигареты могут быть раздражающим фактором для некоторых людей и каким-то образом влиять на природу.

Среди изученных примеров нам встретились только 3 контекста, в которых отношение авторов к курению электронных сигарет можно описать как однозначно отрицательное.

Нейтральная коннотация:

Пример 1. *There's more than 40 silent vapes to choose from, 26 portable vapes, there's < vape > attachments.* (tokeofthetown.com)

Пример 2. *Their signature < vape > liquids come in an assortment of flavours to give you your nicotine fix without the negative side effects.* (blog.bitmarket.ph)

Примеры 1 и 2, вероятно, взяты с сайтов (онлайн-)магазинов вейпов, так как в них предоставляется информация о том, что есть большой ассортимент товара, из которого можно выбрать (*to choose from, come in an assortment*), то есть они дают фактическую информацию. Можно предположить, что это могут быть фрагменты рекламы.

Пример 3. *<Vape > pens are only allowed in the (cigarette) smoking areas.* (9news.ph)

Третий пример содержит в себе исключительно фактическую информацию о том, что курение электронных сигарет разрешено только в местах для курения (*are only allowed in the (cigarette) smoking areas*).

Пример 4. *The < vape > is connected to the electronic drink ink container.* (greatsolutions.com.sg)

Пример 5. *You simply screw it into your ViVi NOVA stem base and you are ready to < vape >!* (eu.myvape.in)

Примеры 4 и 5 представляют собой отрывки из технических описаний (*is connected to the electronic drink ink container – присоединён к электронному контейнеру*) или инструкций (*simply screw it into ... and you are ready – просто прикрутите ... и всё готово*), поэтому в них просто описывается фактическая информация, и они не имеют каких-либо языковых единиц, имеющих эмоциональную окраску.

Неопределённая коннотация:

Пример 1. *To < Vape > or not to Vape Is the Question...* (hubpages.com)

Пример 1 обыгрывает начало известного монолога принца Гамлета «Быть или не быть, вот в чём вопрос» (Курить или не курить, вот в чём вопрос). Имея данный контекст невозможно установить отношение автора к вейпам, так как он, так же как и герой Гамлета в начале монолога, сам не может определиться, к чему склоняться в сложной проблеме выбора.

Пример 2. *They are always ready to < vape >.* (maxxuss.com)

Автор второго примера говорит о том, что *они всегда готовы курить электронные сигареты*. Это единственная информация в данном контексте, из-за чего невозможно установить, является ли это простой констатацией факта или выражением недовольства или одобрения.

Пример 3. *The reason is that they allow you to " < vape > " them as we like to call it.* (lucedaleherbshop.com)

Пример 3 представляет собой пояснение причины чего-либо, о чём говорилось ранее (*причина этому – их можно, как мы это называем,*

«вейпить»), но не известно то, что объясняется в данном предложении, поэтому определение отношения автора не представляется возможным.

Пример 4. *Some even < vape > inside their classrooms.* (ecigarette-starter-kit.com)

В четвёртом примере говорится о том, что есть те, кто *даже* (*even*) курит в учебных аудиториях. Учитывая, что курение обычных сигарет запрещается в учебных учреждениях, можно было бы предположить, что автор использует это *даже* для привлечения внимания к проблеме, но адрес сайта, который может быть магазином по продаже электронных сигарет, заставляет усомниться в правдивости данного предположения.

Пример 5. *I have petitioned the company that is designed to < vape >.* (lucedaleherbshop.com)

Автор пятого примера утверждает, что подал петицию компании (*I have petitioned*), связанной с вейпами, но данный узкий контекст не предоставляет никакой информации о самой петиции – была ли она за что-то, связанное с компанией, или против неё – поэтому невозможно определить отношение автора к электронным сигаретам.

В результате изучения фрагментов текстов, содержащих контексты слова *vape*, были получены следующие результаты: положительная коннотация – 225, негативная коннотация – 3, нейтральная коннотация – 91, неопределённая коннотация – 181. Согласно полученным данным можно сделать вывод, что отношение англоязычного общества к курению электронных сигарет в целом положительное, но учитывая, что среди контекстов с положительной коннотацией большая часть приходится на рекламу, данная статистика может быть не достаточно репрезентативной.

2.2.3. Post-truth

В 2016 году победителем англоязычной версии акции Word of the Year стало прилагательное *post-truth*, которое используется для описания чего-

либо относящегося к или обозначающего обстоятельства, при которых объективные факты оказывают меньшее влияние на формирование общественного мнения, чем призывы к эмоциям и личным убеждениям [Word of the Year 2016 is...]. Рассмотрим примеры.

Положительная коннотация:

Пример 1. *But I also want you to think about how < post-truth > politics is used to **exploit uncertainties, values and urgency**.* (fedfarm.org.nz)

Автор первого примера призывает читателей задуматься над тем, как политика постправды может с пользой использовать неопределённость, ценности и срочность (глагол *to exploit* обозначает не простое использование чего-либо, а именно с пользой для кого-то), и тот факт, что он видит в этом явлении возможность использования во благо, говорит о его положительном отношении к нему.

Пример 2. *Maybe all of this focus on < post-truth > politics **isn't such a bad thing**.* (thenationalstudent.com)

Во втором примере автор не выражает своё одобрение открыто, но отмечает, что возможно *политика постправды не так уж и плоха (isn't such a bad thing)*.

Среди проанализированных нами 500 фрагментов нам встретилось только 2 примера, в которых отношение автора можно было обозначить как однозначно положительное.

Отрицательная коннотация:

Пример 1. *The < Post-Truth > Era: **Dishonesty and Deception** in Contemporary Life* (ralphkeyes.com)

Весь фрагмент, представленный в Примере 1, представляет собой заголовок книги, но мы относим его к категории с отрицательной коннотацией, так как данный контекст взят непосредственно с сайта автора книги Ральфа Киза, что означает, что в заголовке книги он вполне мог выразить своё отношение. Так эпоху постправды он связывает с лживостью и обманом (*Dishonesty and Deception*).

Пример 2. *Labour must fight the cancer of < post-truth > politics, not sign up to it* (labour-uncut.co.uk)

Автор второго текста выражает своё негативное отношение к явлению постправды через сравнение его с раком. Он утверждает, что британской партии лейбористов необходимо бороться с раком политики постправды (*must fight the cancer of < post-truth > politics*), а не подписываться под ней (*not sign up to it*).

Пример 3. *Let's call time on < post-truth > politics* (dianeabbott.org.uk)

Выражение *call time on <sth>*, использованное в Примере 5, имеет значение окончания чего-либо [Collins English Dictionary]. Автор данного текста призывает читателей положить конец политике постправды, что говорит о том, что он не является её сторонником.

Пример 4. *Others should also be stepping forward to take real action in the fight against fake news in our < post-truth > world.* (campaignlive.co.uk)

Как и авторы Примеров 2 и 3, автор данного фрагмента говорит об искоренение постправды или её феноменов (фейковых новостей– *fake news*), призывая всех к активным действиям (*should also be stepping forward to take real action*) в борьбе с ними (*in the fight against fake news*).

Пример 5. *But who gets stuck with this “ <post-truth > ” label – and it is typically used as an insult – is not so simple.* (newstarget.com)

Автор данного примера рассматривает то, что если на кого-то повесят ярлык постправды (*stuck with this “<post-truth>” label*), как оскорбление этого человека (*and it is typically used as an insult*), что говорит о том, что он относится к данному явлению негативно.

Прочие лингвистические средства, использованные для выражения отрицательного отношения к феномену *post-truth*: *standards of honesty are so degraded; particularly passive, sad, fatalistic, "apres-nous le deluge"; a passive, responsibility-denying; " <post-truth > world" is an extreme, really an extremist, denial of human agency, elitist and obnoxious; fatuous; ethical twilight zone; [post-truth world] is truly cancerous; dark [post-truth world]; the rise of*

demagoguery; spoof news; [post-truth] is proving toxic; propaganda and suppression of freedoms; the bad news [is emergence of post-truth politics]; escape of [a post-truth world]; balderdash; ignore or reject the existence of truth; the quagmire; facts lose out to fear, prejudice and [post-truth].

Нейтральная коннотация:

Пример 1. *This **thesis thus focuses on** story-telling and representational acts of the marginalized in < post-Truth > and Reconciliation Commission (TRC) texts.* (ir1.sun.ac.za)

В первом примере использована фраза *thesis thus focuses on* (в диссертации рассматривается), применяемая в академической сфере (часто в написании аннотаций) для обозначения темы исследования.

Пример 2. *The Oxford English Dictionary has named “ <post-truth > ” the word of 2016.* (ehistory.osu.edu)

Пример 2 представляет собой фрагмент новости о победе словом *post-truth* в акции *Word of the Year*.

Пример 3. ***The lectures will be:** Monday, June 5 at 6.30pm: The Bible in a < Post-truth > World: The first lecture in this series of four will be given by Canon Dr Anthony Cane.* (littlehamptongazette.co.uk)

Третий пример содержит информацию о дате и времени проведения лекций (*The lectures will be*) по теме *Библия в мире постправды* (*The Bible in a < Post-truth > World*).

Пример 4. ***Please see our follow-up: Watching the Election from The < Post-Truth > Future.*** (88-bar.com)

Автор четвёртого примера, вероятно, в конце текущего поста или в качестве отсылки к чему-то, предлагает посмотреть другое видео/пост (*Please see*) (что именно – не упоминается в данном отрывке) под заголовком *Наблюдение за выборами из постправдивого будущего* (*Watching the Election from The < Post-Truth > Future.*).

Пример 5. *Events » Public » Abusing power: The cartoonist in a < post-truth > world* (cid.org.nz)

Пример 5 представляет собой строку, которая показывает местонахождение читателя на сайте, так как в ней отображены общие названия разделов (*Events, Public*), разделённые стрелочкой », которые следуют за названием статьи.

Необходимо отметить, что назначение *post-truth* словом года привело к появлению таких устойчивых словосочетаний как *post-truth world, post-truth era, post-truth society, post-truth politics*, которые очень часто используются без какой-либо эмоциональной окраски просто для обозначения временного промежутка в современности.

Неопределённая коннотация:

Пример 1. *It cannot be emphasised enough that < post-truth > is not the same as political lies, spin or falsehood.* (politics.co.uk)

В Примере 1 автор текста сравнивает постправду с политической ложью, предвзятой подачей информации или обманом (*is not the same as political lies, spin or falsehood*), говоря, что это не одно и то же, но при этом не отмечает, как именно он относится к постправде.

Пример 2. *<Post-truth > isn't even the half of it.* (psybertron.org)

Недостаточно большой объём контекста в Примере 2 не только не позволяет определить отношение автора к явлению постправды, но и не даёт возможности понять о чём в целом может идти речь : *постправда – это даже не половина этого (isn't even the half of it)* – вероятно *это (it)* является отсылкой к тому, что было сказано ранее.

Пример 3. *Today's era of < post-truth > politics has changed the game, says Hayden.* (kenan-flagler.unc.edu)

В Примере 3 приводится цитата о том, что *современная политика постправды изменила <что-либо> очень сильно (has changed the game)*. Ввиду отсутствия большего контекста нет возможности понять о каких именно изменениях идёт речь и каково отношение автора к этому.

Пример 4. *In the < post-truth > era, facts make no difference.* (thecanadiancharger.com)

В четвёртом примере автор делает заявление: *в эпоху постправды факты не имеют никакого значения (make no difference)*. Но в данном фрагменте отсутствуют языковые средства, имеющие эмоциональную окраску, что не позволяет определить, как автор относится к данному явлению.

В результате анализа 500 записей конкорданса была получена следующая статистика: положительная коннотация – 2, негативная коннотация – 236, нейтральная коннотация – 70, неопределённая коннотация – 165. Мы не исключаем тот факт, что среди примеров с неопределённой коннотацией могут быть те, которые при наличии большего контекста можно было бы отнести к категории с положительной коннотацией, но предполагаем, что согласно обнаруженной тенденции, примеры, относящиеся к данной категории, по-прежнему будут немногочисленны.

2.3. Исследование слов-победителей русскоязычной версии акции

2.3.1. Крымнаш

В начале работы нам представляется необходимым определить значение исследуемой языковой единицы, что представляет некоторую трудность в случае слова-победителя русскоязычной версии акции *крымнаш*, так как на данный момент оно никак не зафиксировано ни в одном словаре. Условно можно охарактеризовать его как ситуацию, которая возникла в результате присоединения Крыма к России.

Рассмотрим фрагменты текстов, содержащие контексты к слову-победителю акции в 2014 году, согласно категориям выведенной нами классификации.

Положительная коннотация:

Пример 1. *Из плюсов* - < *КРЫМНАШ* > (warandpeace.ru)

В данном контексте положительное отношение автора выражено достаточно эксплицитно: *из плюсов* говорит о том, что для автора текста существует ряд вещей/явлений, которые вызывают у него положительные эмоции и *крымнаш* – одно из них.

Пример 2. <Крымнаш> **по справедливости**. (leo.livejournal.com)

Использованное автором второго примера словосочетание *по справедливости* выражает положительное отношение автора к присоединению Крыма, так как, используя данное языковое средство, он сообщает, что это было заслуженно.

Пример 3. <КрымНаш > — **вот что важно, нефть и газ — преходящи хоть ты и бандеровец — но написал, в общем совершенно правильно, философски:)** (m.izh.kp.ru)

Данный фрагмент в целом выражает позитивный настрой автора по отношению ко многим аспектам определённой политической ситуации – отсутствие острой реакции на изменения в ситуации с нефтью и газом, спокойное отношение к бандеровцам. Тем не менее, *Крымнаш* выделен фразой с употреблением частицы *вот*, используемой для указания и привлечения внимания к чему-то определённом. Кроме того, автор поставил в конце предложения улыбающийся эмодзи :) для визуального выражения положительных эмоций.

Пример 4. **Все кто не < крымнаш > - враги**. (weekjournal.ru)

Автор приведённого выше фрагмента текста, вероятно, разделяет людей на две категории – на тех, кто поддерживает *крымнаш*, и тех, кто нет, и, учитывая то, что тех, кто не поддерживает, он называет *врагами*, можно сделать вывод, что сам он положительно относится к данному политическому явлению.

Пример 5. **Тем более, что половина зимы уже позади! и < КРЫМНАШ > естественно, что не может не радовать!**. (flirt.com.ua)

В данном контексте для передачи положительного настроения используется двойное отрицание – в одной части предложения по

отношению к одному и тому же феномену была дважды использована частица *не*, что привлекает внимание читателя. Кроме того, данная конструкция усилена вводным словом *естественно* со значением *разумеется, конечно*.

Среди других контекстов встретились такие яркие единицы, выражающие положительное отношение авторов, как: *дружно радовались [что крымнаш]*, *гордится [что крымнаш]*, *сама идея [крымнаш] греет сердце*, *радоваться присоединению Крыма; [крымнаш] звучал, звучит и будет звучать гордо; борьба за патриотизм, [крымнаш]; усилили патриотический настрой*.

Негативная коннотация:

Пример 1. *Что касается **Большой Мышеловки**, то **бесплатный сыр** < **Крымнаш** >, призванный заменить привозной рокфор, уже почти весь съеден; население задумчиво **пробует на зуб железные прутья***. (ej.ru)

Отношение автора в первом примере выражается через отсылку к крылатому выражению *бесплатный сыр бывает только в мышеловке*, которое подразумевает то, что за всё приходится платить. Так и автор данного текста называет всю сложившуюся политическую ситуацию Большой Мышеловкой, а *крымнаш* – *бесплатным сыром*, говоря о том, что и за него придётся платить (под платой, вероятно, подразумевается то, что народ уже *пробует на зуб железные прутья*).

Пример 2. *С упоением орущие " <Крымнаш >!", не думают о том, что "намкрыш!"*. (bolshoyvopros.ru)

Пример 3. *Абсолютно те же ощущения от прошедшего «праздника» <Крымнаш >, намкрыш ...*. (alick.ru)

Примеры 2 и 3 содержат анаграмму *намкрыш*, само появление которой является своего рода насмешкой над происходящим и самим словом-победителем.

Пример 4. *"Другими словами - " <Крымнаш >" и "Новороссия" это предельно надежный способ поссорить с собой Украину навсегда*. (din.lv)

В данном примере негативное отношение автора выражается через сарказм: словосочетание *предельно надёжный способ* обычно используется в тех случаях, когда необходимо дать совет о том, как сделать что-либо максимально хорошо, но в приведённой записи после него следует глагол *поссорить*, который обозначает абсолютно противоположное.

Пример 5. <Крымнаш > *ещё тысячу раз аукнется.* (nvpress.ru)

Яркой описательной языковой единицей в данном фрагменте является глагол *аукнется*, который в переносном значении обозначает, что что-то вернётся, станет следствием предыдущих действий и несёт негативную оценку. Использование его по отношению к *крымнаш* с усилением *тысячу раз* говорит об однозначно негативном отношении автора к происходящему.

В других примерах с негативным отношением автора используются следующие языковые единицы: *пресловутый, гадкий отжим Крыма, псевдореферендум, [крымнаш] со всеми вытекающими, пропаганда, [крымнаш] и прочую чушь, отношение к [крымнаш] жутко отрицательное, радостно и тупо орут [крымнаш], страх, тотальный страх, РФ отжала часть территории, тотальный [крымнаш] и "ура-патриотизм" головного мозга, расплата за [крымнаш], [крымнаш] все-таки не понравился, обернется поборами власти с населения и падением его уровня жизни, потомки не простят [крымнаш].*

Нейтральная коннотация:

Пример 1. Особой **темой разговора** стал «<Крымнаш>»: *Аркадий родом из «западенских» краев – родился в городе Каменец-Подольский Хмельницкой области Украинской ССР.* (newlookmedia.ru)

В первом примере *крымнаш* представляет собой формулировку темы разговора на шоу или в интервью.

Пример 2. *Поэтому и не удивительно, что тема «<Крымнаш>» звучала рефреном во многих выступлениях.* (prosto-rossiane.ru)

Второй пример также содержит использование слова-победителя в качестве темы выступлений. В нём также отмечается тот факт, что данная

тема неоднократно повторялась, но при этом автор не выражает никаких эмоций по отношению к данной информации.

Пример 3. *"Фраза года – < Крымнаш >.* (rezzonans.in.ua)

Данный пример представляет собой заголовок либо фрагмент новости о том, что слово *крымнаш* стало победителем российской акции.

Пример 4. # <Крымнаш > (delonovosti.ru)

Знак # в приведённом контексте говорит о том, что перед нами, вероятно, структурный элемент – *хэштег* – используемый для категоризации сообщений, текстов, фотографий или постов на том или ином сайте или социальной сети.

Пример 5. *Что предписывает Конституция, а что Коран? 2132 < КРЫМНАШ > / НАМКРЫШ 16 декабря 2014 Премьера программы "Полит-Ринг" Игорь Стрелков vs Борис Миронов.* (neuromir.tv)

Наличие в данном фрагменте различных обозначений (например, знак / или цифры), даты и двух не связанных между собой предложений может говорить о том, что перед нами некий структурный элемент сайта, возможно, тэг или название категории.

Неопределённая коннотация:

Пример 1. *Для меня тоже " <крымнаш >" - маркер, по которому я определяю свой-чужой.* (denlit.ru)

Из данного контекста можно понять, что *крымнаш*, а вернее мнение других людей о нём, является для автора важным показателем определения того, друг перед ним или враг. Тем не менее, имеющийся контекст не позволяет уточнить к какой части дихотомии *свой – чужой* относится *крымнаш*.

Пример 2. *Причина сегодня понятна и одна – < КРЫМНАШ >!* (newlookmedia.ru)

В данном фрагменте слово «причина» отсылает к какому-то предшествующему материалу, который отсутствует в конкордансе, что затрудняет определение коннотации.

Пример 3. « <Крымнаш >»! (ladolcevita.by)

В конкордансе неоднократно встречаются записи, контексты в которых состоят из одного слова – самого слова-победителя. Естественно, что отсутствие других языковых единиц делает невозможным определение отношения автора.

Пример 4. *Значит*, « < крымнаш > ». (jewish.ru)

Вводное слово *значит* подводит итог каким-либо размышлениям или описаниям, предшествующим данному предложению. Так как вся предшествующая информация отсутствует в конкордансе, определить отношение автора не представляется возможным.

Пример 5. *Если бы не* # <крымнаш >, в Севастополе уже была **бы база НАТО**. (petrogazeta.ru)

Данный пример говорит о том, что *крымнаш* стал причиной, по которой база НАТО не была размещена в Севастополе. Определить то, радует ли этот факт автора текста или огорчает его, было бы возможно при наличии контекста, из которого стало бы понятно отношение к НАТО.

Проанализировав все примеры, мы получили следующую статистику: положительная коннотация – 25 записей, негативная коннотация – 213, нейтральная коннотация – 42, неопределённая коннотация – 220. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в русскоязычном сообществе само слово *крымнаш* и обозначаемое им явление вызывают остро негативные эмоции.

2.3.2. Беженцы

Слово *беженцы* стало победителем русскоязычной версии акции «Слово года» в 2015 году. *Беженцы* – это люди, которые вынужденно покинули страну постоянного проживания из-за военных действий, преследований или другой чрезвычайной ситуации [Словари и энциклопедии на Академике]. Ниже представлены примеры, наиболее ярко иллюстрирующие каждую из категорий классификации коннотаций.

Положительная коннотация:

Пример 1. *Местные жители говорят, что < беженцы > из Донбасса привезли на Урал теплую осень и зиму.* (ruvek.ru)

В Примере 1 автор говорит о том, что беженцы стали причиной тёплого климата на Урале. Очевидно, что это технически невозможно, чтобы кто-то физически привёз с собой тёплую погоду, но по использованному выражению можно сделать вывод, что в данной ситуации беженцы ассоциируются с чем-то приятным, а именно с потеплением.

Пример 2. *В другом городе еврей просто собирает со всего города денежные сбережения и испаряется с ними навсегда, чему активно помогают международные еврейские организации, всегда рассматривающие своих как беженцев, и не афишируют то, что это беглецы от правосудия, а не < беженцы >, и по ним давно тюрьма плачет.* (zarubezhom.com)

В данном примере автор статьи приводит факт, что еврейские организации выдают преступников за беженцев, чтобы помочь тем избежать правосудия и это говорит о том, что к беженцам относятся положительно.

Пример 3. *Да, это особые < беженцы >, и нам нельзя забывать, что это родные близкие нам люди.* (refugee.ru)

Автор Примера 3 говорит о некоторых *особых* беженцах, по имеющемуся контексту невозможно установить о ком именно идёт речь. Тем не менее, автор относится к ним с теплом, говоря о том, что они – *родные и близкие нам люди*.

Пример 4. *<Беженцы > с юго-востока Украины решают проблему дефицита специалистов на Дону* (bravica.su)

В данном фрагменте текста положительное отношение автора к беженцам можно определить по приведённому факту: автор не просто отмечает то, что беженцы нашли работу на своём новом месте жительства, он утверждает, что они являются *решением проблемы дефицита специалистов* – данная фраза (в особенности наличие в ней слов *проблема* и *дефицит*,

имеющих категоричный характер) говорит о том, что беженцы принесли большую пользу региону, страдающему от нехватки работников.

Отрицательная коннотация:

Пример 1. *Всякого рода «подозрительные» - коммунисты, евреи, цыгане, < беженцы > и прочие «нежелательные» группы населения - подлежали немедленному уничтожению, т.е. без суда и следствия.* (all-retro.ru)

Автор первого примера выражает свою позицию относительно определённых групп населения (среди которых находятся и беженцы) достаточно категорично: отрицательное отношение, вероятно даже отвращение, выражается в том, что он сразу называет их *подозрительными* и *нежелательными* и утверждает, что они должны быть *немедленно уничтожены* и даже не предполагает, что им нужно дать шанс – *без суда и следствия*.

Пример 2. *Запомните – мы эмигранты, а не < беженцы >.* (katastat.ru)

В данном примере мы не наблюдаем таких лексических средств, как в Примере 1, которые бы эксплицитно выражали отрицательное отношение автора к беженцам, но структура предложения раскрывает именно такую идею: для начала автор привлекает внимание читателя и просит его *запомнить* то, что будет сказано далее, так как считает это очень важным, и затем говорит о том, что они именно *эмигранты*. Мы предполагаем, что это может говорить о том, что, вероятно, автора и людей в подобной ситуации называли беженцами, но этот термин его не устраивает.

Пример 3. *Германия и Западная Европа в целом должна была быть запугана украинским кризисом и его влиянием на Европу – < беженцы >, техногенные катастрофы, мародёры и т.д.* (hvylya.net)

Автор Примера 3 делает предположение, что всё, происходящее во время кризиса на Украине должно было вселить страх в Европу, *запугать*, а к числу того, что происходит в рамках данного кризиса кроме прочих

неприятностей (*техногенные катастрофы, мародёры*) автор относит и явление *беженцев*.

Пример 4. *Точнее с мрачной изнанкой этой жизни: первая чеченская кампания, < беженцы > или неистовый нарко-бум девяностых — все это находило свое отражение в программе фестиваля.* (ombudsman39.ru)

Подобно автору Примера 3, автор данного фрагмента отнёс *беженцев* к числу тех неприятных или трагических событий (наряду с *чеченской кампанией* (т.е. войной) и *нарко-бумом девяностых*), которые составляют *мрачную изнанку жизни*.

Пример 5. *Разрушенные дома, < беженцы >, жестокие пытки, расчленение убитых, убийства, изнасилования, обгоревшие трупы, не подлежащие опознанию, матери, потерявшие своих детей, и дети, потерявшие своих отцов и матерей - все это показывает на что способен современный человек, забывший Бога.* (uisus-спасает.narod.ru)

Пример 5, исходя из ссылки, взят с сайта, связанного с религией. По этой причине можно сделать вывод, что слова автора *показывает на что способен современный человек, забывший Бога* говорит о том, что всё, описанное до этого, можно отнести к бедам и несчастьям. Действительно, в данном случае *беженцы* оказываются среди таких мрачных явлений, как *убийства, изнасилования, жестокие пытки и разрушенные дома*.

Пример 6. *После войны в Арцахе появились социально уязвимые категории населения: < беженцы >, инвалиды, семьи погибших, сироты и т.д.* (noev-kovcheg.ru)

Пример 7. *Теперь мы самые настоящие < беженцы > - бездомные.* (romanovy2013.info)

Примеры 6 и 7 также раскрывают негативное отношение авторов к *беженцам*, но необходимо отметить, что оно имеет несколько другой характер. Тогда как в Примерах 1–5 авторы текстов испытывали некоторую неприязнь к *беженцам*, ставили их в один ряд с другими ужасами войны, в данных примерах авторы по-прежнему относятся к явлению *беженцев* как к

чему-то плохому, но не ужасающему и вызывающему отвращение, а к чему-то, что ассоциируется со страданиями и вызывает жалость – об этом говорят такие использованные языковые средства как *социально уязвимые категории населения и самые настоящие ... бездомные*.

Нейтральная коннотация:

Пример 1. *<Беженцы > рассказывали о том, кто, как и чем им помогает, жаловались на плохие условия проживания, а в то же время все СМИ КБР трубили о том, как республика гостеприимно встретила своих единокровных братьев-адыгов, как о них заботятся власти и так далее — все в привычных мажорных тонах.* (kbr.rusplt.ru)

Первый пример представляет собой отрывок из новости, в которой рассказывают о том, как приняли беженцев на их новом месте жительства, и в нём представлен факт: беженцы рассказывали как их приняли местные.

Пример 2. *Лица без гражданства и < беженцы >, постоянно проживающие в государстве — участнике настоящего Протокола, для целей Конвенции приравниваются к гражданам этого государства.* (copyright.ru)

Данный пример является фрагментом какого-либо официального или нормативного документа, содержащего в себе информацию о статусе беженцев согласно упоминаемому *Протоколу*.

Пример 3. *Осенью лейблом "Выргород" был выпущен сингл "Пара Песен О Родине", который содержит песню "Гагарин Жив" (с ней я и стала лауреатом Груши) и " <Беженцы >", посвященную известным печальным событиям на Украине.* (nneformat.ru)

Пример 3 предлагает исключительно фактическую информацию о том, что некоторая группа, название которой не упоминается, выпустила новый сингл, и слово *беженцы* в данном фрагменте представлено исключительно для обозначения названия одной песен.

Пример 4. *До тех пор, пока палестинцы не смогут изменить подобную реальность раскола, рассчитывать на то, что та или иная сторона будет*

готова пойти на существенные уступки по ключевым вопросам (Иерусалим, < беженцы >, границы) не приходится. (adekvatinfo.blogspot.co.il)

Приведённый выше пример тоже не несет в себе никакой эмоциональной окраски как в целом, так и по отношению к явлению *беженцам* – в нём представлен своего рода анализ ситуации в Палестине, и беженцы фигурируют в нём лишь как один из ключевых пунктов проблемы.

Пример 5. И хотя это не было единичным вторжением (< беженцы > с Атморы мигрировали на Тамриэль на протяжении сотен лет, породив тем самым разнообразные недийские культуры), именно Исграмор вместе со своими товарищами был основателем нордской культуры. (elderscrolls.net)

Пример 5 выделяется на фоне остальных, так как в отличие от всех других, так или иначе связанных с ситуацией на Украине или другими беженцами, существовавшими на самом деле, он представляет собой выдержку с фан-сайта об известной серии игр The Elder Scrolls. Но даже в этом случае отношение автора к явлению абсолютно нейтрально, так как в тексте всего лишь описывается факт их миграции.

Необходимо отметить, что среди примеров с нейтральной коннотацией самыми многочисленными являются те, которые представляют собой фактическую информацию (фрагменты новостных текстов) или являются отрывками каких-либо официальных документов. Предположительно, это можно объяснить тем, что слово *беженцы* не принадлежит исключительно к разговорному стилю в отличие от предыдущего слова года *крымнаш*, но и является формальным термином.

Неопределённая коннотация:

Пример 1. *< Беженцы >. (islamnews.ru)*

Фрагмент, приведённый в Примере 1, не позволяет определить отношение автора к явлению, так как кроме самого слова-победителя в нём нет прочих лексических единиц, которые позволили бы сделать это. Это не единственная запись подобного вида среди изученных нами примеров.

Пример 2. *Плюс < беженцы >.... (kstovo-forum.ru)*

Пример 2 схож с Примером 1 в его объёме, но, даже учитывая наличие другой лексической единицы и многоточия, которые формально тоже передают замысел автора, установление коннотации не представляется возможным: *плюс* говорит о том, что автор относит *беженцев* к чему-то, о чём говорилось ранее, но данная информация отсутствует в записи корпуса.

Пример 3. *В Тюмени и тюменской области очень много вот таких 30-40 летних украинцев которые ничего не делают но как < беженцы > получают каждый день суточные.* (topwar.ru)

Третий пример представляет собой комментарий, сделанный относительно текущей ситуации. *Очень много вот таких (вот таких привлекает внимание к определённому типу людей, может указывать на некоторое раздражение), которые ничего не делают и получают каждый день* – данные языковые единицы вместе могут создать впечатление, что автор недоволен ситуацией, так как он говорит о людях, которые получают деньги ни за что, но невозможно сказать однозначно, так как в представленном фрагменте нет лексических единиц, которые бы ясно отражали отрицательное отношение. К тому же, в данном фрагменте текста речь идёт не об отношении к самим беженцам, а об их правах.

Пример 3. *Никогда не забуду: мы пробираемся на фронт, а навстречу нам в тыл течет людская река - < беженцы >.* (mosjour.ru)

В Примере 4 автором была использована метафора – "людская река", что говорит о том, что автор испытывает определённые эмоции по отношению к беженцам как явлению, так как описал их количество не просто как *много*, а именно через использование тропа, но ввиду отсутствия большего контекста невозможно определить, какие именно эмоции они вызывают – положительные или отрицательные.

Пример 5. *Уважаемые < беженцы >!* (sos.oprf.ru)

Последний пример в данном разделе начинается с прилагательного *уважаемые*, относящегося к беженцам, и, несмотря на то, что сама по себе лексическая единица имеет положительную коннотацию, невозможно

утверждать, что отношение автора к беженцам так же положительно. Это обусловлено тем, что структура *Уважаемый(-ая, -ые)* <имя> в настоящее время используется как обращение в переписках (в том числе и деловых) и может быть исключительно формальностью, а не выражением положительного отношения отправителя к получателю.

В результате анализа контекстов, содержащих слово-победитель *беженцы*, мы получили следующую статистику: положительная коннотация – 10, негативная коннотация – 61, нейтральная коннотация – 373, неопределённая коннотация – 56. Большое количество примеров с нейтральной коннотацией в конкордансе может быть объяснено тем, что слово *беженцы* является так же официальным термином для обозначения определённых групп людей, используемым в документах и новостях, которые достаточно частотны.

2.3.3. Брекзит

Брекзит – слово, ставшее победителем в 2016 году, обозначает выход Великобритании из Евросоюза и является транслитерацией английского неологизма *Brexit* (*Britain* (Великобритания) + *exit* (выход)). Рассмотрим некоторые примеры, иллюстрирующие то, как данный феномен воспринимается в русскоязычной культуре.

Положительная коннотация:

Пример 1. *Если смотреть на ситуацию с точки зрения России, то, на первый взгляд, Москву жёсткий < Брекзит > устраивает.* (tsargrad.tv)

В первом фрагменте положительное отношение автора выражается эксплицитно через использование глагола *устраивает*.

Пример 2. *'Жёсткий' < брекзит >: в отличие от всех других пророков, рисующих картины мрачного будущего, я вижу лишь преимущества.*" (eurotopics.net)

Во втором примере автор ясно обозначает свою позицию через выражение *я вижу лишь преимущества*, которое противопоставляется мнению *других пророков*, которые определяют последствия брекзита как *мрачное будущее*.

Пример 3. ***К сожалению не будет пока дней, похожих на день 24-го июня, когда был < брекзит >***. (forexdengi.com)

Автор Примера 3 сетует о том, что дней, похожих на день брекзита больше не будет. И хотя он напрямую не высказывает свою точку зрения о том, что тот день был хороший или приятный, мы можем сделать такой вывод из-за того, что вводным словом в данном предложении является *к сожалению*.

Среди всех записей конкорданса мы обнаружили только 3 примера с ярко-выраженным положительным отношением авторов, что, даже при наличии малого количества примеров в целом (по сравнению с другими словами-победителями), говорит об определённом настроении общества.

Отрицательная коннотация:

Пример 1. ***Забить < брекзит > как страшный сон?*** (eurotopics.net)

В первом примере автор использует выражение *забить как страшный сон* которое обычно используется применительно к любому явлению, которое было крайне неприятно или доставило много проблем. Использование данного выражения по отношению к *брекзиту* чётко отражает отношение автора текста к данному событию.

Пример 2. ***"<Брекзит > был задуман как показательный проект сторонников суверенитета - а превратился в катастрофу."*** (eurotopics.net)

Второй пример отражает негативный настрой автора через противопоставление: автор выражает мысль о том, что первоначально проект *брекзита* должен был принести пользу, но потом говорит о том, что вместо этого стал *катастрофой*.

Пример 3. *"Мне интересно, как выглядит это **особое место в аду** для тех, кто продвигал < брекзит >, даже не имея наброска плана, как его безопасно осуществить", - отметил он. (news.am)*

Пример 3 отражает позицию автора через ещё одно выражение – *особое место в аду* – которое обычно используется в тех случаях, когда человек хочет отметить то, что кто-то особенно сильно раздражает или нанёс большой вред и в данном случае предполагается, что это *особое место* уготовлено для сторонников *брекзита*.

Пример 4. *Пока совсем не ясно, как будет решаться эта **проблема, получившая название** " <брекзит >". (alleuropalux.org)*

В четвёртом примере автор, не скрывая, называет *брекзит* *проблемой*, что говорит о его негативном отношении.

Пример 5. *В последнее время эта держава **увязла в бракоразводном процессе** с ЕС, именуемом " <брекзит >". (apn.ru)*

Приведённый выше пример передаёт отношение автора через использованную в нём метафору *увязла в бракоразводном процессе*, в котором супругами являются Британия и Евросоюз. Развод обычно не является радостным событием, поэтому то, что автор сравнивает *брекзит* с ним, предполагает отрицательное отношение.

В ходе анализа контекстов встретились следующие яркие языковые единицы, выражающие отрицательное отношение автора к *брекзиту*: показатель *процесса распада*; *возможный французский "фрэкзит"* (имитация, передразнивание); *растёт страх перед тем, какие последствия повлечёт*; *мучительно пережившие [брекзит] и немало потерявшие британцы*; *очевидные трудности и издержки*; *[через брекзит] удалось ослабить ЕС*; *провал политики последних лет*; *несёт угрозу английской экономике*; *последствия будут весьма драматичными*; *сплошной обман и надувательство*; *большие неприятности*; *будет дорого стоить*; *[брекзит] снизил деловую уверенность до самого низкого уровня*; *пресловутый [брекзит]*.

Нейтральная коннотация:

Пример 1. *Смотрите онлайн фильм " <Брекзит >" в хорошем HD качестве на нашем сайте, бесплатно и без регистрации.* (baskino1.top)

Пример 2. *О фильме: Главный герой фильма " <Брекзит >" – довольно смысленный человек.* (kinoslave.ru)

В Примерах 1 и 2 *Брекзит* – название фильма, и в самих контекстах не содержится каких-либо языковых единиц, которые так или иначе выражали бы отношение автора непосредственно к самому политическому явлению.

Пример 3. *Вопрос от Tetiana о < Брекзит >: "Каковы будут взаимоотношения между Британией и ЕС в 2019 году"?* (forum.feng-shui.ru)

Третий пример представляет собой вопрос, заданный на форуме. Он не выражает отношение пользователя к брекзиту, а скорее наоборот является средством для выяснения мнения других пользователей сайта.

Пример 4. *Их лидер Джереми Корбин объявит о новом референдуме по < Брекзит >.* (tsargrad.tv)

Пример 5. *В таком случае < Брекзит >, очевидно, будет перенесен на более поздний срок (в настоящий момент до него остается 72 дня).* (svoboda.org)

В Примерах 4 и 5 так же не наблюдается использование языковых средств, имеющих эмоциональную окраску и использованных для описания брекзита. Оба фрагмента, вероятно, являются отрывками из новостных статей, так как представляют фактическую информацию о референдуме.

Неопределённая коннотация:

Пример 1. *Единственное встреченное исключение — " <Брекзит >".* (arspress.ru)

Отношение автора в первом примере невозможно определить из-за недостаточного объёма контекста. Мы видим, что *брекзит* по мнению автора является *исключением* для чего-то, о чём говорилось ранее, но узнать что это было и каково было отношение автора к описываемому выше явлению или феномену не представляется возможным.

Пример 2. *И < брекзит >, подозреваю, – тоже.* (sobesednik.ru)

Пример 3. *Отнесем сюда голосование британцев за выход из ЕС (<брекзит >) и приход к власти националиста-протекциониста Трампа (2016) в Соединенных Штатах.* (so-1.ru)

Аналогично первому примеру, во фрагментах в Примерах 2 и 3 присутствует отсылка к чему-то, сказанному ранее, но в данном случае автор наоборот относит *брекзит* к какой-то категории или группе явлений (*брекзит <...> – тоже* и *отнесём сюда брекзит*). Так как нам не известен предшествующий контекст, мы не можем определить являются ли авторы сторонниками выхода Великобритании из Евросоюза или нет.

Пример 4. *Оказывается, < Брекзит > — не самое худшее, что может случиться с нацией.* (knigabook.com)

Автор четвертого примера отмечает, что *брекзит – не самое худшее, что может случиться с нацией*, что, с одной стороны, говорит о том, что *брекзит* не является самой большой проблемой и это хорошо, но, с другой стороны, данное высказывание не подразумевает понимание ситуации как в исключительно положительном свете, оно может означать и то, что выход Великобритании из ЕС по-прежнему принесёт проблемы, но в меньшем масштабе.

Пример 5. *Взять тот же < Брекзит >.* (lv.ua)

В Примере 5 *Брекзит* используется в качестве примера, иллюстрирующего что-то, о чём было сказано ранее. Ввиду отсутствия более широкого контекста невозможно определить примером хорошего или плохого события или политического хода является *брекзит* и какой точки зрения придерживается автор.

Примеры контекстов для слова *брекзит* оказались менее многочисленными по сравнению с другими словами-победителями. В итоге для 133 фрагментов текстов нам удалось получить следующую статистику: положительная коннотация – 3, негативная коннотация – 46, нейтральная коннотация – 49, неопределённая коннотация – 35. Сложно точно сказать,

чем именно обусловлено небольшое количество контекстов – вероятно, занесение текстов в базу данных корпуса занимает длительное время, так как для слова-победителя англоязычной версии акции в 2016 году *post-truth* количество записей в конкордансе так же получилось значительно меньше количества записей для слов-победителей предшествующих годов. Но даже при наличии меньшего количества контекстов можно сделать вывод об общей тенденции. Самое большое количество записей мы получили для нейтральной коннотации, что может быть обусловлено тем, что *брекзит* часто встречается в новостных источниках, так как является закрепившимся в сознании и СМИ названием для выхода Великобритании из ЕС. Вторыми по частотности появления стали контексты с отрицательной коннотацией, что подразумевает то, что в остальном русскоязычное сообщество рассматривает *брекзит* как не особо удачный политический ход.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В данной главе рассматриваются и описываются примеры фрагментов текстов, содержащие слова-победители акций формата «Word of the Year» и «Слово года», собранные при помощи корпуса NoSketch Engine, с целью выявления отношения автора к обозначаемым данными словами феноменам. В ходе настоящего практического исследования была выведена следующая классификация контекстов согласно коннотации: положительная, отрицательная, нейтральная и неопределённая.

Результаты критического дискурс-анализа фрагментов текстов дали возможность в определённой степени сформировать понимание того, как англоязычное и русскоязычное сообщества относятся к тем или иным явлениям. Анализ практического материала в количестве 2633 фрагментов текстов позволил сделать следующие выводы относительно тенденций для каждого изученного слова года:

– *selfie* – победитель акции в 2013 году: анализ контекстов, содержащих слово *selfie*, позволил сделать вывод, что феномен фотографии самого себя не вызывает у англоязычного сообщества каких-либо ярких эмоций и является скорее привычным явлением повседневной жизни, так как самыми частотными оказались контексты с нейтральной коннотацией – они составляют 50,6%. Среди тех, кто выразил своё отношение, в большинстве оказались те, кто воспринимает *selfie* позитивно – 18,2%. Положительное отношение в фрагментах текстов детерминировалось следующими языковыми единицами: *loved-up, aesthetic expression, an artistic genre, I especially love [the selfie shots], A Thing, I am proudly a member [of the selfie generation]*. Полученное процентное соотношение по категориям: положительная коннотация – 18,2%, отрицательная – 13%, нейтральная – 50,6%, неопределённая – 18,2%;

– *vape* – победитель акции в 2014 году: статистика, полученная в результате анализа контекстов для слова *vape* говорит о том, что

англоязычное общество склонно положительно интерпретировать данный феномен – контексты с положительной коннотацией составили 45% от общего количества. Тем не менее, в ходе исследования к данной категории нами были формально отнесены примеры, представляющие собой фрагменты рекламных текстов, особенностью которых является представление рекламируемого объекта в хорошем свете. Иными словами, данные тексты не являются отражением авторского мнения, и положительная коннотация в них является результатом особенностей жанра. В целом, положительное отношение в изученных контекстах детерминировалось следующими языковыми единицами: *an affordable habit; undamaging; mesmerizing; simple and convenient; [I vape] as a hobby; good & satisfying*. Полученное процентное соотношение по категориям: положительная коннотация – 45%, отрицательная – 0,6%, нейтральная – 18,2%, неопределённая – 36,2%;

– *post-truth* – победитель акции в 2016 году: доминирующей тенденцией в отношении данного слова-победителя являются отрицание и критика – количество примеров с негативной коннотацией значительно превосходит объём других категорий и составляет 52,6% от общего количества изученных фрагментов текстов. Среди языковых средств, детерминирующих отношение авторов к феномену *post-truth* можно выделить следующие: *particularly passive, sad, fatalistic, "apres-nous le deluge"; a passive, responsibility-denying; dark [post-truth world]; the rise of demagoguery; spoof news; propaganda and suppression of freedoms*. Полученное процентное соотношение по категориям: положительная коннотация – 0,4%, отрицательная – 52,6%, нейтральная – 14%, неопределённая – 33%;

– *крымнаш* – победитель акции в 2014 году: в большинстве контекстов прослеживается отрицательная коннотация – примеры данной категории составили 42,6% от общего количества. Отрицательное отношение авторов текстов выражалось через применение следующих лексических единиц: *намкрыш, аукнется, пресловутый, тотальный страх, [крымнаш] все-таки не понравился, гадкий отжим Крыма, потомки не простят*

[крымнаш]. Полученное процентное соотношение по категориям: положительная коннотация – 5%, отрицательная – 42,6%, нейтральная – 8,4%, неопределённая – 44%. Статистически, преобладающей категорией является категория с неопределённой коннотацией, причиной чему стало наличие в конкордансе большого количества записей, состоящих из одной-двух языковых единиц, что усложняло определение отношения автора. Поэтому, вывод о тенденции в настроении общества мы сделали на основе показателей для других категорий;

– *беженцы* – победитель акции в 2015 году: подавляющее большинство фрагментов текстов, содержащих данное слово-победителя, было отнесено нами к категории с нейтральной коннотацией – контексты данной категории составили 74,6%. Большую часть данной категории составляют контексты, представляющие собой фрагменты официальных нормативных документов в формальном стиле. Полученное процентное соотношение по категориям: положительная коннотация – 2%, отрицательная – 12,2%, нейтральная – 11,2%, неопределённая – 74,6%;

– *брекзит* – победитель акции в 2016 году: исследование показало, что русскоязычное общество склонно нейтрально относиться к выходу Великобритании из Евросоюза – контексты с нейтральной коннотацией составили 36,8% от общего количества. Тем не менее, разница между категориями с нейтральной или отрицательной коннотациями оказалась сравнительно невелика: контексты с отрицательной коннотацией составили 34,6%, и отношение авторов к данному политическому явлению детерминировалось при использовании следующих языковых единиц: *сплошной обман и надувательство; большие неприятности; будет дорого стоить; проблема, получившая название [брекзит]; превратился в катастрофу*. Полученное процентное соотношение по категориям: положительная коннотация – 2,3%, отрицательная – 34,6%, нейтральная – 36,8%, неопределённая – 26,3%.

Несмотря на то, что нам удалось сформировать общее представление об общественном отношении к явлениям, обозначаемым словами-победителями акций «Word of the Year» и «Слово года», нам представляется важным сделать следующее замечание: результаты анализа контекстов для слов *беженцы* (2015 год) и *vape* (2015 год) приводят к выводу, что исследование, проведённое с помощью корпуса онлайн-текстов, может быть недостаточно репрезентативным. Причиной этому является тот факт, что для слова *беженцы* самой многочисленной категорией стала категория с нейтральной коннотацией, которая состоит из большого количества записей, представляющих собой фрагменты формальных нормативных документов, опубликованных в интернете, в которых слово-победитель использовалось исключительно как термин, а использование языковых средств, не имеющих эмоциональной окраски, является требованием формата написания документов. Подобная ситуация произошла и в случае *vape*, но большинство записей было отнесено к категории с положительной коннотацией. Значительное количество записей представляли собой фрагменты описания товаров на сайтах или отрывки рекламных текстов, что подразумевает расхваливание технологий и приспособлений для вейпа, и является характерной чертой рекламного дискурса. В обоих случаях статистика не означает того, что большинство настроено нейтрально по отношению к беженцам или положительно по отношению к вейпу, так как тексты, содержащие данные фрагмент, не являются текстами, выражающими авторское мнение.

С другой стороны, ярким примером репрезентативности стали результаты исследования слов *крымнаш* и *selfie*, так как среди фрагментов текстов большинство записей представляли собой отрывки из блогов, постов или комментариев, в которых пользователи открыто выражали своё непосредственное мнение относительно данных явлений.

Данный факт позволяет сделать вывод о том, что корпус действительно представляет собой удобное средство для научных исследований и в

частности, на примере данного исследования, позволяет определить тенденции и настроения общества по отношению к тому или иному явлению через изучение языковых единиц, которые используются в вербальных контекстах слова, обозначающего данное явление, но необходимо отметить, что с целью исключить погрешность или избежать подобной неточности необходимо использовать такие корпуса, которые позволяют сужать или расширять поиск, задавая определённые критерии по формату, стилю, жанру, прочим необходимым данным в соответствии с проводимым исследованием.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Акции формата «Word of the Year» / «Слово года» появились относительно недавно, но уже привлекают много внимания, как простых обывателей, так и учёных, работающих в различных направлениях, так как данные акции иллюстрируют взаимодействие языка и общества и отражают значимые для него события в определённый период времени. Другим недавно ставшим популярным явлением научной среды стал корпус, изучением которого занимаются многие учёные-лингвисты, и который рассматривается как удобный инструмент для исследований. Совмещение данных актуальных явлений современности представляет интерес для нас, и это определило цель нашего исследования – выявление и анализ посредством корпусного исследования языковых средств репрезентации отношения автора к феноменам, обозначаемым словами-победителями данных акций.

В работе были представлены возможности использования корпуса в различных сферах современных научных исследований, что определяется его достоинствами – удобство сбора практического материала исследований, возможность исследования состояния языка в его вариациях, изучение специфики функционирования языковых единиц; были приведены особенности работы с корпусом онлайн-текстов, который также является удобным инструментом из-за обширной базы материала (так как большинство блогов, сайтов, новостных ресурсов являются открытыми, бесплатными и доступны всем пользователям), наличия гиперссылок (что позволяет находить и изучать связанные с данным тексты) и динамичности интернет-среды, несмотря на определённые недостатки (например, наличие исключительно текста, без визуального оформления, что может препятствовать проведению мультимодального анализа).

В ходе исследования контекста было изучено множество точек зрения относительно структуры и видов контекста, и в результате мы пришли к выводу, что, несмотря на двойственное восприятие контекста – как языковое окружение данной лексической единицы или как различные неязыковые аспекты коммуникативной ситуации – в рамках данного исследования интерес для нас представляет исключительно изучение узкого вербального контекста.

Изучение коннотации и определение её места в лексическом значении слова привело нас к пониманию того, что она входит в семантику языковой единицы, но не обязательно соответствует устоявшемуся в данной культуре со-значению, а может иметь индивидуальный характер.

В результате анализа практического материала в количестве 2633 фрагментов текстов, содержащих контексты слов-победителей акций формата «Word of the Year» / «Слово года» для 2013-2016 годов и собранных с помощью корпуса NoSketch Engine, мы смогли частично подтвердить нашу гипотезу, которая заключалась в том, что через изучение контекстов слов-победителей можно установить их коннотацию, таким образом определив отношение общества к феноменам современности, обозначаемым данными языковыми единицами.

Мы выяснили, что корпус действительно предоставляет обширную базу данных для исследования, в частности корпус онлайн-текстов позволяет получить большой набор практического материала живого языка, так как в него входит всё доступное содержимое всемирной сети – веб-сайты, блоги, форумы, комментарии. Тем не менее, в ходе анализа выяснилось, что этот же фактор влияет на репрезентативность статистики: по причине того, что в конкорданс без возможности уточнения поиска по текстам определённого формата попадают абсолютно все тексты, доступные онлайн, может влиять на окончательный результат.

Нами было изучено 6 слов-победителей: 3 – для русскоязычной версии акции (2014 – 2016) и 3 – для англоязычной (2013, 2014, 2016). Для слов-

победителей *крымнаш* (2014) и *selfie* (2013) результат основывался на текстах, которые представляли собой обычные посты, записи в блогах, на форумах, комментарии и так далее, то есть такие тексты, в которых человек выражал своё мнение по какой-либо тематике. Обратный результат был получен для слов-победителей *беженцы* (2015) и *vape* (2015): несмотря на формально показательную статистику, она не представляется репрезентативной ввиду того, что большую часть текстов для доминирующей категории составляли тексты, формат которых не подразумевает выражение авторского мнения – для слова *беженцы* это были нормативные документы, а для слова *vape* – рекламные тексты.

Непосредственно изучение тенденций в отношении феноменов, обозначаемых словами-победителями акций «Word of the Year» и «Слово года» не было целью нашего исследования, но в ходе анализа контекстов были сделаны некоторые наблюдения и нам представляется необходимым обозначить их в данной работе.

Первое наблюдение, сделанное нами ещё до начала анализа контекстов, касается самих слов-победителей акции. В Таблице 3 в практической части исследования нами были приведены победители с 2008 по 2018 года и можно заметить большую разницу между русскоязычной и англоязычной версиями акции. Практически все слова-победители русскоязычной версии акции (*Новичок, реновация, брекзит, беженцы, крымнаш, госдура, Болотная, полиция, перезагрузка, кризис*) относятся к политической сфере, тогда как в англоязычной версии присутствуют слова из различных сфер жизни (*post-truth* (постправда – политика), *vape* (вейпить, курить электронные сигареты – повседневная жизнь), *selfie* (селфи – повседневная жизнь), *GIF* (гиф (формат картинок) – медиа), *unfriend* (удалить из друзей – общение, социальные сети), и т.д.). Учитывая тот факт, что словами-победителями становятся такие лексические единицы, которые отличились в использовании или частоте употребления за данный год, можно сделать вывод, что русскоязычные

пользователи интернета остро реагируют на изменения как во внутренней, так и во внешней политике.

Другим наблюдением, вытекающим из предыдущего, является отношение людей к политическим явлениям. Анализируя контексты англоязычного слова-победителя *post-truth*, отношение к которому согласно изученным данным оказалось отрицательным, можно заметить, что пользователи интернета выражали своё недовольство и критику через различные языковые конструкции и лексические средства, которые имели сильную эмоциональную окраску (*narcissistic, passive, sad, fatalistic*), но были грубыми лишь в исключительных случаях (*shitty*), тогда как в текстах с русскоязычными словами-победителями (в особенности это относится к слову *крымнаш*), авторы текстов часто выражали своё отношение через грубость (*гадкий отжым Крыма; тупо орут [крымнаш]*), иногда через использование ненормативной лексики.

Исходя из вышесказанного, мы предполагаем, что перспективами дальнейшего исследования являются уточнение критериев сбора и расширение объёма практического материала с целью исключения попадания в конкорданс текстов, формат которых не позволяет определить отношение их авторов к феноменам, обозначаемым исследуемыми лексическими единицами и повышения репрезентативности результатов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агафонова Л.И. Некоторые вопросы использования корпусных технологий как фактора повышения качества обучения иностранным языкам // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. СПб., 2009. № 87. С. 80–88.
2. Апресян Ю.Д. Коннотации как часть прагматики слова // Русский язык. Проблема грамматической семантики и оценочные факторы в языке. М.: 1992. С. 45–64
3. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л., 1973. 304 с.
4. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. 4-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2002. 384 с.
5. Багарян А.А. Методика расширения коллокационной осведомленности студентов языковых факультетов: автореф. дисс. ... к. пед. н. Тамбов, 2004. 18 с.
6. Барт Р. S/Z. Пер. с фр. 2-е изд., испр. Под ред. Г.К. Косикова. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 232 с.
7. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М., «Междунар. отношения». 1975. 240 с.
8. Беляева Л.Н. Корпусная лингвистика и перевод: потенциал и ограничения // Труды международной научной конференции «Корпусная лингвистика – 2011». СПб., 2011. С. 86–91.
9. Беляевская Е.Г. Семантика слова: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высшая школа, 1987. 128 с.
10. Борискина О.О., Шилихина К.М. Корпусные исследования политического дискурса в лингвистике // Политическая наука, 2017. №2. С. 30–53.

11. Виноградов В.В. Основные типы лексических значений / В.В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. М.: Наука, 1977. 312 с.
12. Владимов Н.В. Корпусный подход к решению переводческих проблем (на материале переводов с русского языка на английский): дис. ... к. филол. н. М., 2005. 182 с.
13. Ганиева И.Ф. Об использовании корпусов в лингвистических исследованиях // Вестник Башкирского университета. 2007. Т. 12, №4. С. 104–106
14. Горина О. Г. Использование технологий корпусной лингвистики для развития лексических навыков студентов-регионоведов в профессионально-ориентированном общении на английском языке: автореф. дисс. ... к. пед. н. СПб., 2014. 24 с.
15. Груздев Д.Ю. Электронный корпус текстов как инструмент переводчика // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2011. № 2. С. 23–35.
16. Груздев Д.Ю. Электронный корпус текстов как эффективный инструмент переводчика: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2013. 22 с.
17. Гурьева Т.Н. Новый литературный словарь. Ростов н/Д, Феникс, 2009. 368 с.
18. Денисенко М.В. Коннотативные / ассоциативные компоненты значения прилагательного «серый». Вестник КемГУ. №4 (56) Т.1 2013. С. 156–160.
19. Дерябина И.В. Методика обучения учащихся управлению английских глаголов на основе британского национального корпуса (профильный уровень): автореф. дис. ... канд. пед. наук. М.: МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. 27 с.
20. Дерябина И.В. Характеристики педагогической работы с английским национальным корпусом // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. Тамбов, 2012. Т. 17. Вып. 9 (113). С. 156–161.

21. Детинко Ю.И., Тарасенко А.В. Акция «Word of the Year»: опыт корпусного исследования (на материале британского и американского слова года 2013 selfie) // Мир науки, культуры, образования. №1 (74). Горно-Алтайск, 2019. С. 353–356.
22. Доминикан А.И. Виды контекстов при разных научных подходах. Вестник ТвГУ. Серия "Филология". 2017. №4. С. 125–131.
23. Захаров В.П. Корпусная лингвистика. СПб: СПб. гос. ун-т., 2005. 48 с.
24. Захаров В.П., Богданова С.Ю. Корпусная лингвистика: учебник для студентов гуманитарных вузов. Иркутск: ИГЛУ, 2011. 161 с.
25. Зубов А.В. Информационные технологии в лингвистике. М.: Академия, 2004. 208 с.
26. Казакова Т.А. Практические основы перевода. English <=> Russian. Серия: Изучаем иностранные языки. СПб.: «Издательство Союз», 2001. 320 с.
27. Касавин И.Т. Энциклопедия эпистемологии и философии науки. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2009. 1248 с.
28. Кобозева И.М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/08.htm> (дата обращения 20.05.2019).
29. Кокорева А.А. Корпус параллельных текстов в обучении иностранному языку // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. Тамбов, 2013. Т. 18. Вып. 2 (118). С. 57–62.
30. Кропотова Л.В. История развития лексической коннотации [Электронный ресурс]. 2010. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-leksicheskoy-konnotatsii> (дата обращения: 08.01.2019).
31. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы, эмоции. М., 1971. 40 с.
32. Маслов Ю.С. Введение в языкознание: учебник для студ. филолог. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. 6-е изд., стер. СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Академия, 2007. 304 с.

33. Медведева И.Л. «Лингвистика большого корпуса» в теоретическом и прикладном аспектах // Психолингвистические исследования: Слово, текст. Тверь: ТвГУ, 1999. С. 58–66.
34. Милл Д.С. Система логики силлогистической и индуктивной. Изложение принципов доказательства в связи с методами научного исследования. М.: Книжный дом, 1899. 781 с.
35. Мордовин А.Ю. Лингвистические исследования как неотъемлемая часть применения национальных корпусов текстов в обучении иностранным языкам. // Гуманитарный вектор. 2012. № 4(32). с. 274–279
36. Нагель О.В. Корпусная лингвистика и её использование в компьютеризированном языковом обучении // Язык и культура. 2008. №4. С.53–59.
37. Основные понятия переводоведения (Отечественный опыт). Терминологический словарь-справочник / отв. ред. Раренко М.Б. М., 2010. 260 с.
38. П.В. Лингвистический корпус в методике обучения иностранным языкам // Язык и культура. 2010. № 1 (9). С. 99–111.
39. Поликарпов А.А. Об одной рецензии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mova.info/article.aspx?11=69&DID=2962> (дата обращения: 06.06.2019).
40. Райзберг Б.А. Современный социоэкономический словарь. М., 2012. 629 с.
41. Рыков В.В. Прагматически ориентированный корпус текстов // Тверской лингвистический меридиан. Тверь, 1999. Вып. 3. С. 89–96.
42. Рязанова Е.А. Методика формирования грамматических навыков речи студентов на основе лингвистического корпуса: автореф. дис. ... к. пед. наук: 13.00.02. Тамбов, 2012. 146 с.
43. Сёмич Ю.И. Дидактические свойства и методические функции корпусных технологий // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2018. Т. 23, № 177. С. 39–49.

44. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/> (дата обращения: 06.06.2019).
45. Соснина Е.П. Перспективы корпусного подхода к исследованию грамматических аспектов иностранного языка // Вопросы теории языка и методики преподавания иностранных языков: сб. тр. междунар. науч. конф. Таганрог, 2007. С. 42–45.
46. Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи. Воронеж, 1985. 138 с.
47. Стернин И.А. Проблемы анализа структуры значения слова Воронеж: Изд-во Воронежского гос. университета, 1979. 156 с.
48. Сторожева Е.М. Коннотация и ее структура [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konnotatsiya-i-ee-struktura> (дата обращения: 08.01.2019).
49. Субботин М.М. Гипертекст как новая форма письменной коммуникации // Итоги науки и техники. Сер. Информатика. Т. 18. 1994. С. 11–53.
50. Сысоев П.В., Кокорева А.А. Обучение студентов профессиональной лексику на основе корпуса параллельных текстов // Язык и культура. 2013. № 1 (21). С.114–124.
51. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М.: Наука, 1986. 141 с.
52. Тичер С. и др. Методы анализа текста и дискурса. Харьков: "ПолиАРТ", 2009. 355 с.
53. Филиппов А.В. К проблеме лексической коннотации // Вопр. языкознания. 1978. № 1. С.57–63.
54. Цемахман А.С. Информационные технологии в переводе: учебный курс // Мир перевода. 2006. № 1 (15). С. 19–20.
55. Чернякова Т.А. Методика формирования лексических навыков студентов на основе лингвистического корпуса: дисс. ... к. пед. н. Тамбов, 2012. 149 с.

56. Шевчук В.Н. Информационные технологии в переводе. Электронные ресурсы переводчика 2. М.: ЗебраЕ, 2013. 384 с.
57. 13 Words of the Year from Other Countries [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://mentalfloss.com/article/61119/13-words-year-other-countries> (дата обращения: 09.01.2019).
58. Ädel A. Metadiscourse in L1 and L2 English. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins, 2006. 243 p.
59. Aston G. Learning with corpora. Houston, TX: Athelstan, 2001. 288 p.
60. Barbera M. Linguistica dei corpora e linguistica dei corpora italiana. Un'introduzione. Milano: Qu.A.S.A.R. s.r.l. 2013. 113 p.
61. Braun S., Kohn K., Mukherjee J. Corpus technology and language pedagogy. Frankfurt, Germany: Peter Lang, 2006. 214 p.
62. Bubenhofer N. Einführung in die Korpuslinguistik: Praktische Grundlagen und Werkzeuge. Elektronische Ressource [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bubenhofer.com/korpuslinguistik/> (дата обращения: 09.12.2018).
63. Cambridge English Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 06.06.2019).
64. Campoy M.C., Belles-Fortuño B., Gea-Valor M.L. Corpus-based approaches to English language teaching. London, UK: Continuum, 2010. 300 p.
65. Cicourel A.V. The interpretation of communicative contexts: examples from medical encounters. Cambridge: Cambridge University Press. P. 291–311.
66. Collins English Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения: 07.06.2019).
67. Davies G. ICT4LT Homepage. Information and Communications Technology for Language Teachers (ICT4LT) [Электронный ресурс]. 2012. URL: http://www.ict4lt.org/en/en_home.htm (дата обращения 27.05.2019).

68. Duranti A., Goodwin Ch. Rethinking Context: Language as an Interactive Phenomenon. Cambridge University Press, 1992. 371 p.
69. Durieux Ch. Texte, contexte, hypertexte // Cahier du CIEL. Université Paris VII. 1995. P. 214–228.
70. English Oxford Living Dictionaries [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lexico.com/en> (дата обращения: 01.06.2019).
71. Finegan E. LANGUAGE: its structure and use. N.Y.: Harcourt Brace College Publishers, 2004. 656 p.
72. Gavioli L. Exploring corpora for ESP learning. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins, 2006. 198 p.
73. Hymes D. The ethnography of speaking. // Gladwin T., Sturtevant W. Anthropology and human behavior Washington, DC: Anthropological Society of Washington, 1972. P. 13–53.
74. Kettemann B., & Marko G. Planing, gluing and painting corpora. Inside the applied corpus linguist's workshop. Frankfurt, Germany: Peter Lang, 2006. 165 p.
75. Lamy M., Mortensen H., Davies G. ICT4LT Module 2.4: Using Concordance Programs in the Modern Foreign Languages classroom [Электронный ресурс]. URL: http://www.ict4lt.org/en/en_mod2-4.htm#sec3methodology (дата обращения 27.05.2019).
76. Leech G.N. Teaching and language corpora: A convergence. // Wichmann A. et al. Teaching and language corpora. London, UK: Longman, 1997. P. 1–23.
77. Lombardo L. Using corpora to learn about language and discourse. Frankfurt, Germany: Peter Lang, 2009. 237 p.
78. Lyons J. Semantics 1. Cambridge et al.: Cambridge University Press. 1977. 385 p.
79. Macquarie Dictionary Word of the Year [Электронный ресурс]. URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/resources/view/word/of/the/year/> (дата обращения: 09.01.2019).

80. NoSketch Engine [Электронный ресурс]. URL: <http://ucts.uniba.sk/aranea/> (дата обращения: 21.12.2018).
81. Reppen R. Using corpora in the language classroom. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2010. 120 p.
82. Römer U. Comparing real and ideal language learner input. The use of an EFL textbook corpus in corpus linguistics and language teaching. // Aston G., Bernardini S., Stewart D. Corpora and language learners. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins, 2004. P. 151–168.
83. Scott M., Tribble C. Textual patterns. Key words and corpus analysis in language education. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins, 2006. 203 p.
84. Sinclair J.M. How to use corpora in language teaching. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins, 2004. 308 p.
85. The 2014 Kanji of the Year: "Zei" [Электронный ресурс]. <https://www.nippon.com/en/features/m00058/> (дата обращения: 09.01.2019).
86. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 06.06.2019).
87. Van Dijk T.A. Context // The International Encyclopaedia of Language and Social Interaction, First Edition [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118611463.wbielsi056> (дата обращения: 09.01.2019).
88. Van Dijk T.A. Discourse and context. A sociocognitive approach. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2008. 267 p.
89. Van Dijk T.A. Discourse, context and cognition. // Discourse Studies 8(1). 2006. P.159–177.
90. Van Dijk T.A. Society and discourse. How social contexts influence text and talk. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2009. 287 p.
91. Wodak R. Aspects of Critical Discourse Analysis. // Zeitschrift für Angewandte Linguistik, Vol. 36. 2002. P. 5–31.

92. Wodak R. et al. The discursive construction of national identity. 2nd edition. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd, 2009. 276 p.

93. Word of the Year 2014 [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2014> (дата обращения: 02.06.2019).

94. Word of the Year 2016 is ... [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (дата обращения: 03.06.2019).


95. Word of the Year 2018 [Электронный ресурс]. <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/woty2018-top-looked-up-words-justice> (дата обращения: 10.01.2019).

96. Word of the Year: frequently asked questions [Электронный ресурс]. <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-faqs> (дата обращения: 06.06.2019).

97. Words of the Year: How the Pithy Tradition Began [Электронный ресурс]. 2014. URL: <http://time.com/3589626/word-of-the-year-history/> (дата обращения: 13.01.2019).

98. Wort des Jahres // Gesellschaft für deutsche Sprache [Электронный ресурс]. URL: <http://gfds.de/aktionen/wort-des-jahres/> (дата обращения: 21.12.2018).

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК

О.В. Магировская
« 28 » июля 2019 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**ОСОБЕННОСТИ ДЕТЕРМИНИРОВАНИЯ СЛОВ-
ПОБЕДИТЕЛЕЙ АКЦИИ «WORD OF THE YEAR» / «СЛОВО
ГОДА» В КОРПУСАХ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО
ЯЗЫКОВ**

45.04.02 Лингвистика
45.04.02.01 Межкультурная коммуникация и перевод

Магистрант



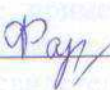
А.В. Тарасенко

Научный руководитель



канд. филол. наук,
Ю.И. Детинко

Нормоконтролер



М.В. Файзулаева

Красноярск 2019