

МОДНЫЕ СЛОВА КАК ИНДИКАТОРЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

И Лицюнь

Аспирант, Московский государственный
университет им. М. В. Ломоносова
yiliqun@mail.ru

CATCHWORDS AS INDICATORS IN MODERN RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES

Yi Liqun

Summary. The object of the study is the language units, which are defined as fashionable in modern Russian and Chinese. The article focuses on the main changes in various areas of Russian and Chinese society, which are expressed in catchwords. The common features and differences between catchwords in two languages are revealed from the point of view of semantics, etymology and functioning in speech. The novelty of the study lies in the fact that the phenomenon of catchwords is described for the first time, catchwords in modern Russian and Chinese are analyzed on different social topics, the main reasons for the similarities and differences in the development of catchwords in these two linguistic cultures are analyzed.

Keywords: catchwords, language fashion, Russian, Chinese, linguistic culture, the word of the year, comparative analysis.

Аннотация. В статье объектом исследования являются языковые единицы, в основном лексемы, которые определяются как модные в современном русском и китайском языках. В статье особое внимание уделяется главным изменениям в разных областях российского и китайского общества, которые выражаются в модных словах. Выявляются общие черты и различия между модными словами в двух языках с точки зрения семантики, этимологии и функционирования в речи. Новизна исследования заключается в том, что впервые описывается феномен модного слова в современных странах, разбираются модные слова в русском и китайском языках по разным социальным тематикам, анализируются главные причины сходства и различия развития модных слов в данных двух лингвокультурах.

Ключевые слова: модные слова, языковая мода, русский язык, китайский язык, лингвокультура, слово года, сопоставительный анализ.

«Меняющиеся представления о правильном и эффективном использовании языка, доводимые порой до абсурда, можно обозначить словом “мода”» [1, с. 20]. С того времени, как В. Г. Костомаров впервые в своей работе «Языковой вкус эпохи» поставил вопрос о языковой моде, феномен модного слова привлек пристальное внимание лингвистов. В Китае история исследования модных слов началась в начале девяностых годов прошлого века, китайский лингвист Сюн Чжуну в 1992 году составил «Словарь современных китайских модных слов», который содержит более 30000 словарных статей и их значений, примеры употребления. В настоящее время существует много работ, посвященных исследованию модных слов с разных точек зрения в России и Китае, но сопоставительных исследований совсем мало. При этом, в настоящей статье проводится сопоставительный анализ модных слов в курсе лингвокультурологии.

Как указывает крупный французский лингвист А. Мейе: «Практически все изменения в языке зависят от социальных причин и что все изменения, вызванные влиянием внешних факторов, в совокупности образуют развитие языка» [2, с. 471]. Языку присуща социальность. Понять языковое явление возможно лишь с учетом социальных элементов. В. Г. Костомаров также подчеркивает: «Мода есть крайнее проявление вкуса, более

индивидуальное, быстро проходящее, бросающееся в глаза и обычно вызывающее раздражение у старшей и консервативной части общества. Речевая мода, видимо, более прямолинейно связана с модой в других областях жизни» [1, с. 20]. Необходимо отметить, что понятие «модное слово» во многом пересекается с понятием «ключевое слово», которое многократно привлекало внимание исследователей [8; 9; 10]. Модные слова, с которыми мы встречаемся ежедневно, имеют достаточно тесную связь с изменениями, происходящими в разных областях нашей жизни. Наблюдается, что между модными словами в русском и китайском языках существуют некоторые общие черты и различия.

Для анализа в статье выбраны модные слова из программ «Слово года» в России и в Китае. Стоит отметить, что социолингвистическая программа «Слово года» — это ежегодная акция с целью установления наиболее значимых, актуальных и популярных языковых единиц прошедшего года. Самая ранняя акция «Слово года» была проведена в Германии в 1971 году по инициативе Общества немецкого языка. Теперь такая акция проводится во многих странах мира, например, в США, Франции, Великобритании, Дании, Японии, Сингапуре, Малайзии, Австралии и т. д. В России конкурс «Слово года» был создан в 2007 году Центром творческого развития русского языка. В Китае ежегодные выборы «Слово года»

проводятся с 2008 года одним из самых авторитетных и популярных журналов — «咬文嚼字 (Yáo Wén Jiáo Zì)» (прямое значение названия журнала: грызть иероглифы и жевать слова, т.е. оттачивать каждое слово, заниматься буквоедством). Сначала конкурсы в России и в Китае осуществлялись только экспертным жюри, потом в конкурсы включились общественные опросы носителей языка. При изучении российских лингвистических рейтингов, исследователи делают следующее замечание: «Выявляется складывающаяся закономерность: актуальные слова, проявляясь в их адекватности конкретным социальным обстоятельствам, объединяются в четкие лексико-семантические группировки, с опорой на которые можно выделить тематическую доминанту года. Лейтмотив года обычно сфокусирован в границах политического сознания, за границами списка часто остаются важные события из областей науки, техники, общественной жизни» [11, с. 124].

Статистические результаты конкурса «Слово года» в России и в Китае показывают, что среди русских модных слов в период с 2007 по 2018 г. больше всего слов, которые принадлежат к политической тематике, а среди китайских модных слов в период с 2008 по 2018 г. — слов политической тематики относительно меньше. Большинство русских модных политических слов данного периода отражает события внутренней политики, и еще небольшое количество слов отражает международные политические события, в частности события в Украине. Например, *ленинопад* (разваливается Ленин) (2014), *люстрация* (политика очищения) (2014), *АТО* — антитеррористическая операция на востоке Украины (антитеррористический процесс на востоке Украины) (2014). Некоторые характеристики российской политики за последнее десятилетие также выражаются такими словами, например, *зомбоящик* (телевизор) (2009) — отражает неприязнь людей к использованию правительством телевизионной платформы для идеологического контроля; слово *Шевчук* (2010) описывает случай, когда рок-звезда Шевчук и премьер-министр Владимира Путина интенсивно диспутировали в отношении свободы слова, демонстрационных прав, злоупотребления властью со стороны полиции и т.д.; многократный кандидат конкурса «Слово года» — *выборы* (2007, 2016), отражает фальсификацию выборов в Государственную думу; модное слово *рокировка* (термин в шахматах, одновременный ход короля и ладьи) отражает насмешки переизбрания Путина на пост президента и чередующуюся власть Медведева и Путина в 2011 году; *Болотная* зафиксировывает масштабный протест в 2012 году на площади Болотной, призывающая к честным выборам; *оккупай* (оккупация) (2012) и *митинг* (ассамблея) (2012) также описывают массовое движение; за последние десять лет новомодное слово *война* вошло в список номинации конкурса три раза (2008, 2015, 2016), это отражает присоединение

России к грузинскому военному конфликту, сирийской гражданской войне и украинскому конфликту; милитаризм, аннексия и великодержавность отражают политические рассуждения россиян о военных действиях государства. Можно сказать, что в России с древности и до наших дней «война есть не что иное, как продолжение политики, с привлечением иных средств» [4, с. 1].

По сравнению с ситуацией в русском языке все победители конкурса «Слово года» в китайском языке, которые относятся к политической тематике, выражают главные события внутри страны. Например, *不折腾 (bù zhēténg)* (2009) — свободный от суматохи, происходит из северо-восточного диалекта китайского языка, стало популярной в мандарине после того как, Ху Цзиньтао употреблял его в своей речи, посвященной памяти Коммунистической партии в январе 2009 года; *中国梦 (zhōngguó mèng)* (2013) — Китайская мечта, действующий социально-политический курс и лозунг КНР, была озвучена председателем Си Цзиньпином в ноябре 2012 года; *打虎拍蝇 (dǎhǔ pāiyīng)* (2014) — «бить и тигров, и мух», образная метафора в сфере, связанной с коррупцией в Китае; *不忘初心 (búwàngchūxīn)* (2017) — не забывай, с чего ты начал (первоначальное намерение) и стремись к цели, стало модным после доклада председателя Си Цзиньпина; только модный термин *命运共同体 (mìngyùn gòngtóngtǐ)* (2018) — человеческое сообщество с единой судьбой, чаще употребляется применительно к международной общественности. Данные политические модные слова и выражения в китайском дискурсе отражают то, что китайское население больше всего обращает внимание на внутреннюю политику, в частности на коррупцию государственных чиновников. Самым актуальным делом в китайской политике является возрождение нации всеми силами страны.

Если речь идет о модных словах в экономической сфере, то в двух языках экономические модные слова имеют большую численность среди всех модных слов, в то же время отражают разные акценты внимания. Например, *кризис* (2008), *волатильный* (нестабильный) (2008), *нефть* (2008), *дно* (2009, 2016), *девальвация* (2009), *санкции* (2014, 2015, 2018), *санкционка* (2017) отражают, что под влиянием глобального финансового кризиса и санкций западных стран цена на российскую нефть сильно колебалась, российская экономика впала в спячку; а *антикризисный* (2009), *антисанкции* (2015), *государственно-предпринимательский* (2009), *инновация* (2011), *стартап* (2017) выражают недовольство западными экономическими акциями и решительность правительства в развитии экономики. В данный период китайская экономика также подверглась негативному влиянию глобальной экономики, но модные слова выражаются другим образом: *拐点 (guāidiǎn)* (2008) — точка перегиба, математический термин, обозначает пе-

реломный момент развития китайской экономики; 口红效应(kǒuhúo xiàoyìng) (2008) — эффект губной помады, продажа бытовой техники, одежды и косметики на фоне экономического падения; 新常态(xīnchángtài) (2014) — новое нормальное состояние, перевод с английского «New Normal», первоначально так описывался процесс медленного и болезненного восстановления западной экономики после мирового финансового кризиса 2008 года, некоторые люди резюмировали его как «низкий рост экономики, высокая безработица, высокий долг», но сейчас так характеризуются переходы китайской экономики (от высоких темпов роста к средним, переход к модернизации структуры экономики и к инновациям как и к локомотиву развития). Принятые мероприятия для решения проблем в процессе развития экономики стали основой для многих модных слов: 倒逼(dàobāi) (2013) — ценовой механизм нажима для облегчения денежной реверсии, который используется с целью осуществлять контроль за высоким потреблением энергии; 创客(chuàngkè) (2015) — мейкер (стартапер, новатор), 互联网+(hùliánwǎng jiā) (2015) — Интернет+, представленная в докладе о работе правительства программа, направленная на внедрение интернет-технологий в традиционные отрасли промышленности, 侧供给(cègòngjǐ) (2016) — сторона предложения, инновационное внедрение Си Цзиньпином структурной реформы стороны предложения, 共享(gòngxiǎng) (2017) — совместное потребление, новая экономическая модель, основанная на коллективном использовании товаров и услуг. Еще многие модные слова имеют тесную связь с Интернет-торговлей, например 山寨(shānzài) (2008) — поддельный, 秒杀(miǎoshā) (2009) — мгновенно продать или купить с низкой ценой, 剁手党(duòshǒudǎng) (2008) — интернет-шопоголики.

В классе модных слов, связанных с событиями народного благосостояния, их количество в китайском языке больше, чем в русском языке. В России ЕГЭ (Единый государственный экзамен) (2009) стало словом-кандидатом конкурса «Слово года» от официального вступления в силу мер по выполнению Национальной объединенной экспертизы 2009 года. Модное слово *диссергейт* (2012) зафиксировало крупномасштабный скандал с обнаружением фактов фальшивых диссертаций, защищенных в диссертационном совете по истории в МПГУ; *свиной грипп* отражает кризис общественного здравоохранения от вспышки свиного гриппа; *Распадская* (2010) напоминает о катастрофе на шахте; *Бирюлево* (2013) отражает масштабные беспорядки; *Речник* (2010) записывает принудительное удаление дачного поселка Речника. В отличие от русских модных слов, в словоформах которых заключается ключевая информация о теме или месте события, в китайских словоформах модных слов нет явной информации о событиях. Например, ак-

туальность проблемы гендера проявляется в русском языке модным словом *гендер* (2007), а в китайском языке — словом *女汉子*(nǚ hànzi) (2013) — мужеподобная девица, девушка с мужскими манерами. О проблеме жилья в китайском языке говорит слово *蜗居*(wōjū) (2009) — укрытие улитки и слово *蚁族*(yǐzú) (2009) — племя муравьев. Что касается событий ложных сообщений, в русском языке их отражает модное слово *фейк* (2017), а в китайском языке — *躲猫猫*(duōmāomāo) (2009) — прячущийся кот, название игры в прятки по-китайски. В феврале 2009 года в изоляторе временного содержания провинции Юньнань произошел так называемый инцидент «прячущийся кот»: 24-летний мужчина умер после того, как его поместили в изолятор, и полиция сообщила, что он умер во время игры в прятки, случайного врезавшись в стену с закрытыми глазами. А окончательное расследование показало, что этот человек был избит до смерти. С тех пор прячущийся кот обладает множеством новых значений: либо скрывать факты, либо уклоняться от надзора или от махинации. Еще *钓鱼*(diàoyú) (2009) — удить рыбу, является метафорическим высказыванием, обозначающим использование «крючков» служащими правоохранительных органов с целью соблазнить человека на преступление и задержать его.

Стоит отметить, что между модными словами по теме культуры есть сходства в двух языках. Самыми главными примерами этой категории являются модные выражения, связанные с массовой культурой и интернет-культурой. Например: *Аватар* (2010) и *Карл* (2015) происходят из фильмов, *бадминтон* (2011), *допинг* (2016), *Мундиаль* (испанское слово, означающее «всемирный») (2018) — связаны с спортом, *телененавидение* (2018) — термин, отражающий негативное отношение к отечественному телевидению части россиян; слово *баттл* (2007) (сражение двух исполнителей или певцов в жанре рэп при помощи специального рифмосложения) приходит в моду благодаря популярности хип-хоп музыкальных конкурсов; *имхо* (2007) — переведенный жаргонизм из английского *in my humble opinion*, получил широкое распространение в интернет-переписке по причине простоты написания; *троллинг* (2013) — особенная форма социальной провокации в сетевом общении. В китайском языке многие модные словечки также происходят из различных видов массовой культуры, например, *不抛弃不放弃*(bùpāoqì bùfàngqì) (2008) — не сдавайся, классическая реплика героя военного телесериала «Солдаты идут на штурм»; *元芳,你怎么看?* (yuánfāng, nǐ zěnmē kàn?) (2012) — Юаньфан, как ты думаешь?, повторяемая реплика героя сериала «Легендарный Ди Жэньцзе»; *非诚勿扰*(fēichéngwǔrǎo) (2008) — нечестных прошу не беспокоить, *裸婚*(nuǒhūn) (2009) — голый брак, *舌尖上的中国*(shéjiǎnshàng de zhōngguó) (2012) — Китай на кончике языка, *不差钱*(bùchāqián)

(2008) — деньги достаточны, являются названиями фильма, телесериала, телепередачи, спектакля; 穿越 (chuānyuè) (2010) — путешествие по времени, один из самых популярных видов романов; 确认过眼神 (quèrènguò yánnshén) (2018) — определил взгляд, лирика из поп-музыки.

Такой процесс, как интернет-блогинг является значимым явлением нашего времени. В китайском языке появилось модное слово 围脖(wéibó) (2010) — кашне, звучание которого напоминает сокращение «микро-блог» по-китайски. Подобная ситуация отмечена также в отношении слова like, в русском языке оно выглядит прямой транскрипции лайк, а в китайском языке — 赞(zàn) (2012) (одобрять). Другой пример: обозначающее размещение на форумах или в сетевых группах провокационных сообщений с целью вызвать конфликт между пользователями Интернета в русском троллинг транскрибируется из английского слова trolling, а в китайском языке актуализируются 黑子(hēizǐ) (черные), 喷子(pēnzǐ) (пульверизатор) и 杠精(gàngjīng) (монстр спора, склочник) со значениями спорщика, того, кто любит препираться без причины на сайтах.

Что касается модных словечек, связанных с религией, то существует большая разница в русском и китайском языках. Православная церковь сыграла особую роль в истории России. Со дня крещения Руси православие начало выполнять свою социальную функцию духовного формирования и нравственного воспитания. До советского периода по идеологическим и ценностным причинам православие было заморожено советским режимом, и его влияние постепенно уменьшалось. После распада Советского Союза российское правительство восстановило тесные связи с православием с целью консолидации политической власти. Во время правления Путина и Медведева они придавали большое значение роли Православной Церкви в духовном поле России и оказывали им решительную поддержку во многих аспектах, способствуя дальнейшему укреплению особого статуса Православной Церкви. Как отмечает Молдованова Л. И.: «Появилась даже своеобразная мода на религиозные верования» [5, с. 83]. Однако по мере углубления процесса глобализации, российское молодежное поколение стремится к открытой, многогранной социальной среде, отказываясь от возрождения православной традиции и даже выражая недовольство, бросая вызов религиозным авторитетам. Ежегодные слова отразили два основных события, связанных с этим: 1) в 2012 году панк-группа Pussy Riot (Pussy Riot) исполнила панк-молебен в церкви, песни с содержанием кощунства; 2) в 2016 году в церкви транслировался видеоролик Покемоны в прямом эфире. Участники соответствующих мероприятий были арестованы. Хотя их поведение считается забавой низкого уровня, суровое наказание, которое они полу-

чили, привело к резкому осуждению правительства. Слово-кандидат 2012 года *кривосудие* (несправедливый суд) говорит именно об этом. Вышеуказанные инциденты иллюстрировали настойчивость российского правительства в отношении власти Православной Церкви, в результате чего российская политика получила название *религархия* (религиозная олигархия).

Исторические контакты с Арабским миром, Индией и Европой способствовали религиозному и культурному разнообразию на разных территориях Китая. С того времени, как основалась Китайская Народная Республика, постепенно формировались шесть основных религий, в том числе Даосизм, Буддизм, Ислам, Католицизм, Христианство (Протестантизм) и Конфуцианство, и другие различные религии и народные верования с малым количеством верующих. В особенности: «В Китае распространён синкретизм: традиционно в китайской религии и философии сплетаются конфуцианство, даосизм и буддизм» [6, с. 187]. Китай является многоконфессиональной страной, но большинство китайцев не веруют. В современном китайском языке нет такой моды на религиозные слова. Единственное модное слово, связанное с религией, — 佛系(fóxi) (2018), заимствованное из японского языка. В 2014 году в японском журнале была представлена «новая мужская порода» — «мужчина как Будда», обозначающее человека, который любит одиночество, концентрируется на собственных интересах и не хочет проводить время с противоположным полом. В декабре 2017 года в блоге под названием «Первое поколение 90-х годов уже уходило от мира в монастырь» рассказывается об образе жизни молодежи — «Жить как Будда», а его учение означает «не спорить, не стремиться выиграть или проиграть». Жизненный настрой такого рода является спокойным и нетребовательным, небреженным во всем. «Как Будда» быстро взорвал сеть и показал сверхсильную способность образовывать слова: «молодежь как Будда», «жить как Будда», «пассажиры как Будда», «родители как Будда» и «заводить любовные отношения как Будда» и т.п. Некоторые считают, что популярность выражения «как Будда» отражает негодование молодежи по поводу придирок по пустякам и иррациональных споров, отражает их надежду построить гармоничный жизненный порядок. А другие думают, что молодые люди, используя это выражение, иронизируют над собой, что это отражает беспомощность стремления, своего рода нежелательное негативное отношение к жизни. В общем, данное модное выражение в современном китайском языке далеко от религиозного события, между тем, ближе к образу светской жизни, особенно образу жизни современной китайской молодежи.

Остальные модные словечки принадлежат к группе технической и экологической тематик. В русском языке наблюдаются *нанотехнология* (2007), *коллайдер* (2008),

инноград (2011), планшетник (2011), нооскоп (2016), блокчейн (2017), цифра (дигитальность) (2017), цифровизация (2018), которые свидетельствуют о появлении предметов новых технологий в мире и о быстрой цифровизации в России. В отличие от россиян, китайцы сосредоточивают внимание на явлениях и предметах обыденной жизни. Например, 微 (wēi) (2013) — микро, означающее малый, тонкий, легкий, слабый и т.д., в настоящее время оно стало модной частью словообразования в китайском языке, в современной речи актуализируются такие слова, как Weibo (микроблог), Wechat (микрочат), микро-новости, микро-фильмы и т.п.; 神器 (shénqì) (2014) — чудесный артефакт, происходит из древней китайской легенды, в сегодняшних контекстах обозначает предмет новой технологии для выражения непонимания и предпочтения ново-технических продуктов с восхищением людей. 流量 (liúliàng) (2017) — трафик, термин Интернета, причина его популярности состоит в том, что в определенных медийных кругах часто используется слово «трафик», чтобы описать тех звезд, у которых много поклонников, высокая популярность, широкое влияние и большая коммерческая ценность. Интересно, что такой термин, с одной стороны, объективно описывает реальность на уровне рынка, с другой стороны, подразумевает пренебрежение людей к называемым звездам с большим трафиком.

По экологической тематике много модных слов в русском языке появилось в 2010 году. Летом того года в России были необычно высокие температуры и сухая погода. «Жара» и «смог» изображают катастрофическую сцену бушующего пожара при высоких температурах: острая дымка окутала весь город Москву, и здоровье 10 миллионов жителей оказалось под угрозой. Зимой того же года под влиянием антициклонов в Сибири морозы контролировали европейскую часть Южной Сибири и Россию, и температура во многих местах была в целом ниже исторического уровня. Экстремальные погодные условия принесли России огромные экономические потери, что вызывает обеспокоенность по поводу экологических проблем. При этом слово *морозы* также входило в список конкурса «Слово года» 2010 года. В списке программы «Слово года» только входит слово 低碳 (dī tǎn) (2009) — низкоуглеродистый, означающее сокращение выбросов углекислого газа. В 2009 году Конференция Организации Объединенных Наций по изменению климата в Копенгагене вновь вызвала волну «низкого уровня выбросов углерода» в мире. Как известно, экологическая проблема углерода в Китае была актуальной. С последнего десятилетия слово «низкоуглеродистость» превращается в новый критерий оценки мощи городов и даже государства, значит, к китайцам тоже тихо приближается «низкоуглеродистая жизнь». В настоящее время в китайском языке расширяется значение таких слов, как «экологический», «низкое загрязнение среды».

Проанализировав модные слова и выражения из социолингвистической программы «Слово года» по разным социальным тематикам, суммируем основные характеристики развития общества в России и в Китае за последние десятилетия. Это позволяет сформировать общую социальную картину данного периода. Можно сказать, в данный промежуток времени, в России возникли большие политические трудности не только внутренние, но и внешние: сила оппозиции в стране усилилась, протесты происходят чаще, давление со стороны Европы и Соединенных Штатов продолжается, национальная безопасность находится под угрозой. Российская экономика впала в непрерывную рецессию резкого падения мировой цены на нефть и санкций США и Европы. При этом развитию науки и техники не хватает активности. Культурная атмосфера становится более открытой, культурный контент более разнообразным, но в то же время неправильное использование Интернета в сетевую эпоху привело к культурному загрязнению. Мировые экологические проблемы схватывают Россию. В отличие от россиян, китайцы обращают большее внимание на внутренние политические проблемы. Главной задачей является национальное возрождение в этом периоде. На этом фоне правительство предоставляет вдохновляющие слоганы и концентрирует силы на решении проблемы коррупции. После проведения политики реформ и открытости, китайский экономический облик сильно изменился. Несмотря на негативное влияние мирового кризиса, в Китае появились разнообразные новые методы роста экономики, особенно быстро развивается третья индустрия. В данном периоде процветает Интернет-культура благодаря активному внедрению новейших технологий Интернета. Развитие экономики и культуры дает большие возможности новому поколению, но в то же время вызывает немало трудностей: усиление разрыва между социальными классами (богатыми и бедными), проблемы высоких цен на жилье, занятости рабочих, а также трудности для молодых семей.

Стоит отметить, что модные слова данного среза времени выполняют функцию индикатора, характеризуют главные и значимые события, явления и понятия в двух странах. Используя термин из палеонтологии, модные слова можно назвать «вербальными руководящими окаменелостями» [7], содержащими в себя явно выраженные признаки определенных социальных слоев и применяющиеся в вербальном датировании. Модное слово как активное социальное явление естественным образом связано с социальными событиями. Проанализировав материалы из социолингвистической программы в России и в Китае, можно сказать, что модные слова отражают конкретные факты, происходящие в этих двух странах в первые десятилетия XXI века. Как отмечает известный китайский ученый Чжоу Хайчжун: «Как феномен популярной культуры, выбором «Слово года» является

акция развлекательная, образовательная и когнитивная, которая имеет научную и практическую значимость. Она не только побуждает людей записать свое положение жизни и социальные изменения родным языком,

но и мотивирует людей защитить языковую экологию и духовный очаг своими действиями, а также описывает состояние людей и события в историко-культурном контексте» [3].

ЛИТЕРАТУРА

1. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб, Златоуст, 1999. 320 с.
2. Мейе А. Введение в сравнительное изучение индоевропейских языков. М., 1938. 580 с.
3. http://www.cssn.cn/yyx/yyx_tpxw/201512/t20151222_2793264_11.shtml
4. Молдованова Л. И. Устаревшие слова в языке и публицистическом тексте: структура и особенности функционирования. Филология как средоточие знаний о мире: Сборник научных трудов. Москва-Краснодар: Просвещение-Юг, 2008. С. 81–85.
5. Клаузевиц К.Ф. О войне. Изд. 3, том 2, М.: Госвоениздат, 1934. 160 с.
6. Васильев Л. С. История Религий Востока. Книжный дом Университет, М., 2000. 226 с.
7. eines Jahres. verbale Leitfossilien. [Электронный ресурс] доступ режима: <http://www.gfds.de/index.php?id=11>
8. Алпатов В. М. Норма и мода // Мода в языке и коммуникации: сб. ст. М., 2014. С. 37–46.
9. Борисова Е. Г. Мода и узус: моделирование влияния социума на речь // Мода в языке и коммуникации: сб. ст. М., 2014. С. 47–55.
10. Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. М., 2005. 377 с.
11. Мустайоки А., Вальтер Х., Вепрева И. Феномен актуального слова 2015 года. *Quaestio Rossica*. 2016. No.4. С. 121–133.

© И Лицонь (yilicun@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова