

Научная статья
УДК 81'373.421
DOI 10.17223/18137083/80/19

Неосинонимика русского языка в аспекте языковой аттракции

Александра Игоревна Ольховская

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина
Москва, Россия
aleksandra_olhovskaya@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3599-2519>

Аннотация

Рассматриваются изменения синонимии русского языка, произошедшие в результате интенсивного заимствования на рубеже XX–XXI вв. Материал исследования составляет 1 162 синонимические парадигмы, образованные или пополненные новыми англицизмами. С опорой на закон синонимической аттракции предпринята попытка интерпретации материала с позиции концептуализации языковой картины мира. В качестве инструментов анализа выступают идеографическое распределение неосинонимии и учет степени обновления синонимических рядов. В ходе работы были выявлены тематические группы с высоким синонимическим приростом («Питание», «Интернет-коммуникация», «Трудовая деятельность человека» и др.), значимые концепты современного российского общества (*экологичность*, *Интернет*, *торгово-развлекательный центр* и др.), а также ряд актуальных внеязыковых процессов, отраженных в лексике языка.

Ключевые слова

синонимия, заимствования, синонимическая аттракция, идеография, языковая картина мира

Для цитирования

Ольховская А. И. Неосинонимика русского языка в аспекте языковой аттракции // Сибирский филологический журнал. 2022. № 3. С. 234–248. DOI 10.17223/18137083/80/19

New Russian synonymy in the aspect of language attraction

Aleksandra I. Olkhovskaya

Pushkin State Russian Language Institute
Moscow, Russian Federation
aleksandra_olhovskaya@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3599-2519>

Abstract

The turn of the 21st century showed the substantial change in the synonymic composition of the Russian language due to the intensive borrowing of Anglicisms. This study focuses on the Russian synonymy novelties caused by lexical borrowings of recent years. 1 162 synonymous

© Ольховская А. И., 2022

ISSN 1813-7083
Сибирский филологический журнал. 2022. № 3. С. 234–248
Siberian Journal of Philology, 2022, no. 3, pp. 234–248

paradigms, including at least one borrowing introduced into the Russian language from the late 1980s to the present day, were analyzed. The synonym fund update indicates the transformation of semantic language space and, more broadly, of its concept sphere. Thus, the material is interpreted from the position of conceptualization of the linguistic worldview based on the law of synonymic attraction. Ideographic distribution of new synonyms and assessment of the synonym series update were applied. Two assumptions underlie the study: 1) thematic groups greatly enriched with synonyms correspond to the relevant spheres; 2) synonymic series augmented with numerous new components match the important concepts. The analysis revealed the semantic areas with a high synonymic increase. Synonymy of the ideographic sphere of “Society”, in particular, Internet communication, employment, equipment and IT technologies, sports and culture underwent the greatest changes, accounting for about 80 % of the synonymic rows. In the ideographic sphere of “Human”, the thematic groups of “Gender, sexuality”, “Hygiene, beauty procedures”, “Food”, “Thinking, cognition”, and “Human activity” demonstrated the greatest synonymic dynamics. The sphere of “Abstract categories” revealed the “equilibrium” synonymy. Ecological safety, media fame, Internet, emoticon, and shopping center prove to be the significant concepts of modern Russian society. Also, some conclusions were made concerning the worldview, values and ideological attitudes of contemporary Russian society.

Keywords

synonymy, borrowings, synonymic attraction, ideography, language worldview

For citation

Olkhovskaya A. I. New Russian synonymy in the aspect of language attraction. *Siberian Journal of Philology*, 2022, no. 3, pp. 234–248. (in Russ.) DOI 10.17223/18137083/80/19

На рубеже XX–XXI вв. синонимический состав русского языка претерпел существенные изменения. К факторам, способствующим обновлению синонимии, следует отнести прежде всего интенсивное заимствование. По подсчетам Е. В. Мариновой, «около 200 иноязычных слов оказались вовлеченными в синонимические отношения с лексическими единицами принявшей их системы» [2014, с. 133]. Новшества в синонимике современного русского языка, обусловленные заимствованиями последних лет, составляют объект нашего рассмотрения.

Материалом исследования выступил массив синонимических рядов, включающих в свой состав хотя бы одно заимствование, вошедшее в русский язык с конца 80-х гг. XX в. по настоящее время (порядка 1 100 парадигм). Изучаемые синонимические ряды конструировались с опорой на иноязычные единицы, извлеченные из современных лексикографических источников¹. Маркером ненулевой синонимической ценности служило либо использование синонимического толкования, либо указание на синоним в специальной зоне словарной статьи. Часть синонимических рядов была построена на основе авторской интроспекции, например, *никап, соблазнение, обольщение; лайфхак, хитрость, ухищрение; скилл, навык, умение*.

¹ К основным источникам выборки относятся следующие словари: «Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения» под ред. Г. Н. Складневской (1998), «Новые слова и значения: Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века» под ред. Т. Н. Буцевой и Е. А. Левашова (2009–2014), «Словарь иностранных слов» Н. Г. Комлева (2006), «Современный словарь иностранных слов» Л. П. Крысина (2014), «1000 новых иностранных слов» Л. П. Крысина (2009), «Словарь языка интернета.ru» под ред. М. А. Кронгауза (2016), «Словарь новейших иностранных слов» Е. Н. Шагаловой (2017), «Словарь композитов русского языка новейшего периода» Н. В. Габдреевой, М. Т. Гурчиани (2012).

Собранный материал представляет интерес прежде всего с позиций концептуализации языковой картины мира. В данной работе мы исходим из положения о том, что обновление синонимического фонда свидетельствует о преобразовании семантического пространства языка и – шире – его концептосферы. Подкрепим эту мысль наглядным примером.

Синонимический ряд *неудачник, несчастливец, горемыка* (разг.), *горюн* (прост.), зафиксированный в «Словаре синонимов русского языка» [ССРЯ, 1970–1971], к началу нового столетия теряет актуальность. Доминанта ряда – слово *неудачник*, еще совсем недавно имевшее значение ‘тот, кому не везёт’, сближается с заимствованиями *лузер* и *аутсайдер*, развивая семантику ‘человек, который потерпел поражение и не способен преуспеть в каком-либо деле’. В результате формируется новая микропарадигма *неудачник, лузер, аутсайдер*, а исходный синонимический ряд, лишившись доминанты, смещается на периферию лексической системы.

С мировоззренческих позиций описанный процесс говорит о дезактуализации фундаментального для русской картины мира представления о неконтролируемости жизни (раскрытие этого представления на конкретном лексическом материале находим в [Зализняк, Левонтина, 2005]). При характеристике личности по параметру ее достижений во главу угла выходит не случайное везение, а работа над поставленной целью.

Концептуальная обработка большого массива синонимов возможна с опорой на теорию синонимической аттракции [Фришберг, 2006; Кривко, 2010]. Термин *синонимическая аттракция* был введен в научный обиход С. Улльманом. Ученый писал: «...существует тенденция обозначать лица или явления, играющие важную роль в том или ином коллективе, большим числом синонимов» [Улльман, 1970, с. 266]. Таким образом, закон аттракции состоит в сгущении синонимов вокруг актуальных концептов эпохи.

Представляется, что выявление таких концептов возможно двумя способами. Первый способ состоит в изучении тематической дистрибуции неосинонимии. Можно предположить, что тематические группы, значительно обогатившиеся синонимами, соотносятся с актуальными сферами жизнедеятельности человека.

Второй способ заключается в определении степени обновления синонимии. Синонимические ряды, пополнившиеся большим числом новых компонентов, по логике вещей, соответствуют концептам высокой аксиологии. Степень новизны ряда будет тем выше, чем больше новых единиц в него прибыло. Парадигма, пополнившаяся одним новым словом, будет иметь степень новизны 1, двумя новыми словами – степень новизны 2 и т. д. Степень новизны новоявленных синонимических рядов приравнивалась к количеству входящих в них компонентов.

Перейдем к освещению полученных результатов. На первой ступени идеографической классификации неосинонимии была распределена по трем глобальным сферам – человек (211 единиц, 16,7 %), общество (1 005 единиц, 79,7 %) и абстрактные категории (45 единиц, 3,6 %). Бросается в глаза нулевой синонимический прирост в сфере «Природа». По-видимому, это свидетельствует о том, что разнообразные природные явления (космос, погода, растительный мир и т. д.) находятся на периферии внимания современного человека.

Слабые преобразования наблюдаются в сфере «Абстрактные категории» (табл. 1). Немногочисленные синонимические ряды обновленного состава распределились по нескольким группам. Среди них «Время» (*нон-стоп*¹, в режиме *нон-*

стоп, нон-стопом, без перерыва, без остановок, непрерывно...²), «Количество, размер» (мини-, маленький, небольшой, мелкий, малогабаритный...), «Отношение, связь» (маркер, показатель, признак, примета, симптом, знак) и др. К группам с нулевым или практически нулевым синонимическим приростом относятся «Существование, бытие», «Пространство», «Форма» и «Движение».

Таблица 1

Распределение неосинонимии
идеографической сферы «Абстрактные категории»

Table 1

Distribution of new synonyms
in the ideographic sphere of "Abstract categories"

Тематическая группа	Количество тематических вхождений	Процент от состава идеографической сферы
Существование, бытие	1	2,3
Время	7	15,5
Количество, размер	4	8,9
Качество	12	26,6
Отношение, связь	7	15,5
Порядок, состав	6	13,4
Причинность	4	8,9
Изменение	4	8,9

Низкая синонимическая динамика в рамках сферы «Абстрактные категории», по всей вероятности, свидетельствует о ее концептуальной периферийности. На это также указывает небольшая степень обновления неосинонимии: средний индекс обновления здесь составляет 1,5. Обогатились лишь одним компонентом 32 из 45 синонимических рядов.

Максимальный показатель по этому параметру (8) представлен в синонимическом ряду из группы «Качество» – *органический, органик, экологический, экологичный, экологически чистый, био-, эко-, натуральный* со значением ‘созданный без использования или с минимальным использованием синтетических веществ, а также продающий такие товары’ (*органическая косметика, органик чай, экологические ткани, экологичные подушки, экологически чистые продукты, биопродукты, экогастроном, натуральный мёд*). Столь высокая концентрация синонимов в данном ряду, судя по всему, указывает на значимость стоящей за ним идеи экологической чистоты и безопасности.

Актуальность названного концепта подтверждается более широким языковым материалом. В других тематических разделах встречаются созвучные синонимические ряды: *гринвошинг, озеленение имиджа; зелёное строительство, экологическое строительство, экостроительство, экодевелопмент; ресайклинг, рециклинг, рециклирование, утилизация, переработка*. Кроме того, эта идея реализуется

² Многоточием оканчиваются синонимические ряды, которые приводятся не полностью. Надстрочная цифра при слове указывает на порядковый номер функционального омонима в выборке. Цифра, заключенная в скобки, обозначает номер значения полисеманта.

в неологизмах *биоразлагаемый, эко-маркировка, экотехнологии, экологическая грамотность, отдельный сбор мусора, веганская / этическая косметика, зелёные товары* и др. На основании приведенных сведений можно говорить о появлении тенденции к осознанному потреблению и заботе об окружающей среде.

Более существенные модификации произошли в идеографической области «Человек» (табл. 2). Максимальные синонимические вливания наблюдаются в группах «Пол, сексуальность», «Гигиена, бьюти-процедуры», «Питание», «Мышление, познание» и «Деятельность человека».

Таблица 2

Распределение неосинонимики идеографической сферы «Человек»

Table 2

Distribution of new synonyms in the ideographic sphere of “Human”

Тематическая группа	Количество тематических вхождений	Процент от состава идеографической сферы
Организм человека. Физические возможности и состояния	11	5,3
Здоровье и самочувствие	10	4,8
Возраст	5	1,9
Пол, сексуальность	29	14
Гигиена, бьюти-процедуры	24	11,6
Внешность	8	3,9
Одежда, обувь	6	2,9
Питание	31	15
Дом, жилище	4	1,5
Эмоции и чувства человека	16	7,7
Характер человека	5	2,4
Мышление, познание	31	14,5
Деятельность человека	30	14,5

Содержание группы «Пол, сексуальность» демонстрирует несколько значимых в мировоззренческом отношении процессов. К таким процессам относятся прежде всего переосмысление фундаментального понятия *пол* и трансформация бинарной гендерной системы. Это проявляется в синонимических рядах двух видов – тех, что фиксируют противопоставление между биологическими и социокультурными представлениями о поле (*гендер, пол; маскулинный, мужской, мужеподобный...*), и тех, что включают наименования гендерных идентичностей (*гетеросексуал, гетеросексуалист, натурал, цисгендер, циссексуал; бигендер, бисексуал, би, интерсексуал, пансексуал, андрогин, гермафродит*).

Средний индекс обновления синонимики в этой сфере составляет 2,6. Максимальный показатель (7) присущ ряду *секс-меньшинства, сексуальные меньшинства, ЛГБТ, ЛГБТ-комьюнити, ЛГБТ-сообщество, гей-комьюнити, гей-сообщество*. Высокие показатели отмечены также в парадигмах *сексапильный, сексуальный* (2), *секси¹, секси-, чувственный* и *секс-шоп, магазин для взрослых, интим-салон, интим-шоп, интим-магазин*. В целом наполнение группы позволяет

говорить о повышенном внимании к чувственной стороне жизни и нетрадиционной сексуальной ориентации.

В тематической группе «Гигиена, бьюти-процедуры» обращает на себя внимание обилие синонимов, связанных с наведением красоты и омоложением. Среди них слова, называющие различные действия (*лифтинг, подтяжка*), сопутствующие средства (*шеллак, гель-лак*) и заведения (*бьюти-бар, салон красоты, студия красоты*). Группа отличается высоким средним индексом обновления – 2,7. Заметный синонимический прирост в области бьюти-индустрии, судя по всему, говорит о том, что красота, ухоженность и сохранение молодости являются важными ценностями современного общества.

Группа «Питание» отражает изменения гастрономических предпочтений современного человека. Здесь встречаются синонимы, соотносимые с типом питания (*фастфут (1), быстрое питание, стрит-фуд*), форматом питания (*фуд-холл, фуд-молл, фуд-маркет, гастромаркет*), блюдами (*скрэмбл / скрембл (1), яичница-болтунья, болтунья*) и напитками (*фреш, свежевыжатый сок*). Самую высокую степень обновления в этой группе (5) имеет синонимический ряд *роллы, суши-рулеты, суши / суси (2), макидзуси, маки*. Возможно, это связано с массовым увлечением японской кухней и повсеместным открытием суши-баров.

Любопытной, на наш взгляд, является парадигма *фуди, гурман, лакомка, гастроном, кревоугодник*. В отличие от укорененных в языке единиц новое заимствование *фуди* подразумевает не просто интерес к еде, а ценностное отношение к ней. Для *фуди* важны вкусовые эксперименты, творческий подход к приготовлению пищи и эстетическое оформление блюд. При этом изысканность и высокие вкусовые качества кушаний, значимые для слов *гурман, гастроном* и *лакомка*, отходят на второй план, а пейоративная оценка, заключенная в слове *кревоугодник*, оказывается в некоторой степени перевернутой. Если *кревоугодие* мыслится как греховная страсть, то *фуди-идеология* предполагает духовное наслаждение от еды.

В тематической группе «Мышление, познание» содержатся симптоматичные для нашего века синонимические ряды, например, *когниция, познание, мышление; менталитет, ментальность; концепт, понятие; инновация, новация...*; *хай-тек, высокие технологии* и др. В них запечатлено стремление человечества осмыслить «загадку разума» и бурное развитие информационных технологий.

Однако более примечательной представляется лексика паранаучной сферы: *полтергейст, паранормальные явления, аномальные явления, инородные явления; сенситив, экстрасенс; чакры, энергетические центры* и др. Максимальную степень обновления (7) имеет ряд *биополе, биологическое поле, энергетическое поле, биоэнергетическое поле, поле, биооболочка, аура (1)*. Языковые факты свидетельствуют о том, что в современном российском обществе действующим механизмом познания и объяснения действительности выступает псевдонаука. Этот вывод подтверждается данными социологических опросов, согласно которым около 80 % россиян верят в уфологические, астрологические и паранормальные явления [Ваганов, 2007].

Тематическая группа «Деятельность человека» характеризуется весьма разнородным составом. Тем не менее сквозь «разноликость» синонимов проглядывает магистральная линия смыслового прироста – целесообразная организация деятельности. Синонимические ряды отражают способы планирования (*тайм-менеджмент, управление временем; дедлайн, срок*), методы достижения цели (*лайфхак, хитрость, ухищрение; брейнсторм, брейнсторминг, мозговой штурм,*

мозговая атака) и этапы рабочего процесса (*драфт* (2), *набросок*, *черновой вариант*, *черновик*, *проект* (2); *концепт* (2), *проект* (1), *идея*, *задумка*, *замысел*). Представление о неэффективном труде воплощено в синонимическом ряду *прокрастинация*, *откладывание* [на потом], *затягивание*, *отсрочивание*, *отлынивание*.

Обратимся к интерпретации неосинонимики идеографической сферы «Общество» (табл. 3). Из приведенных ранее статистических данных ясно, что именно эта сфера характеризуется максимальной синонимической динамикой, в связи с чем можно утверждать: фокус внимания сегодня сконцентрирован на общественной жизни.

Таблица 3

Распределение неосинонимики идеографической сферы «Общество»

Table 3

Distribution of new synonyms in the ideographic sphere of "Society"

Тематическая группа	Количество тематических вхождений	Процент от состава идеографической сферы
Общественные процессы и социальные группы	25	2,3
Отношения между людьми	15	1,5
Общественные мероприятия	20	2,1
Коммуникация в обществе	115	11
Идеология и религия	13	1,3
Трудовая деятельность человека	759	76,1
Социальная организация общества	56	5,7

В немногочисленном объединении «Общественные процессы и социальные группы» вызывают интерес синонимические ряды двух типов. Первые соотносятся с понятием социальной значимости, например, *хайп* (1), *ажитаж*, *шумиха*, *бум*; *топовый*, *топчик*, *хайповый*, *трендовый*, *популярный*, *модный*; *медийный*, *публичный*, *известный*...; *паблисити*, *известность*, *знаменитость*, *слава*, *популярность*. Сюда же можно отнести синонимы, именующие людей по их общественному статусу: *ви-ай-ти*, *вип*, *вип-персона*; *суперстар*, *суперзвезда*, *мегастар*, *мегазвезда*; *инфлюенсер*, *лидер мнений*, *лидер общественного мнения*, *ЛОМ*. На основании того, что большинство перечисленных синонимов включает в себе сему 'знакомый многим', можно предположить, что в настоящий момент социальная значимость практически отождествляется с широкой известностью, «раскрученностью», «распиаренностью».

Синонимические ряды второго типа именуют различные социальные группы и их представителей: *хипстер*, *инди-кид*; *байкер* (1), *мотоциклист*, *мотолюбитель*; *рокер* (2), *рокмен*, *рокоман*, *рок-фан*, *рок-фанат* и др. Любопытно, что общности, притягивающие синонимические наименования, носят в основном субкультурный характер. Формирование широкой и разветвленной сети субкультур говорит о социальной дифференциации общества, об отсутствии в нем культурной монолитности и идейной целостности.

Наиболее высокий индекс обновления (6) в этой группе присущ синонимическому ряду *скинхед, скин, бритоголовый, бо[у]нхед, бон, наци-скин, фашист, нацист, националист*. Опираясь на закон лексической аттракции, следует, по видимому, констатировать значимость националистических идей в российском обществе.

Интересно, что на фоне социальной дифференциации фиксируется относительная идеологическая косность. Вопреки ожиданиям, группа «Идеология и религия» оказывается аморфной и слабо представленной. Вероятно, причины этого кроются в возрождении традиционного источника духовной жизни – православия. Актуализация укорененных религиозных понятий сдерживает потоки идей извне.

Среди синонимических рядов, демонстрирующих новые идейные установки современного общества, можно назвать *растафари (1), растафарианство, растаманство; велнес / велнесс, здоровый образ жизни, зож; граммар-наци / граммарнаци, грамматический нацист, национал-лингвист*. Очевидно, что приведенные синонимы соотносятся с частными идеологиями и мало характеризуют мировоззрение россиян-современников.

Неосинонимичку группы «Отношения между людьми» можно условно разделить на два разряда. Единицы первого разряда называют негативное, агрессивное, в некотором роде даже насильственное воздействие на человека: *абьюз, тирания, деспотизм; шейминг, осуждение, неодобрение, порицание, охаивание; буллинг, моббинг, травля, гонение, преследование, остракизм; прессинг, давление, нажим, натиск, напор*. Вероятно, новые наименования востребованы по причине пристального внимания общества к проявлениям нетерпимости. В век толерантности критика ближних – не просто моветон, а нарушение принципов свободы, равенства и ценности человеческой личности.

Второй разряд синонимов описывает любовную сферу. Здесь можно упомянуть ряды *бойфренд, парень, друг, приятель, молодой человек, МЧ; гёрлфренд, девушка, подруга; краш, возлюбленный, любимый, избранник...; тикап, соблазнение, оболъщение*. Новые заимствования в этой области носят сленговый характер и отражают смысловые сдвиги в молодежном сознании.

Группа «Коммуникация в обществе» распадается на несколько подгрупп. В подгруппе «Информация» (10 синонимических рядов) содержится две выразительные парадигмы. Первая – *контент, содержание, содержимое, наполнение, начинка*. По мнению И. Б. Левонтиной, новое заимствование называет содержание, «оторванное» от формы и пониженное в статусе [Левонтина, 2015, с. 39–43]. Если рассматривать единицу *контент* на фоне остальных членов синонимического ряда, обращает на себя внимание ее деятельностная заряженность. Большинство употреблений показывает контент как элемент динамичной рабочей ситуации: его производят и создают, размещают и «заливают», увеличивают и развивают, продают и потребляют. На основании этого можно предположить, что информация сегодня мыслится в рамках производственной метафоры. Это подтверждается такими словосочетаниями, как *информационные технологии, информационные ресурсы, информационный продукт* и т. п.

Вторая парадигма – *фейк (1), утка, фальшивка, подделка, фальсификация, липа*. Как известно, отличительной чертой современности является резкое увеличение доли недостоверной информации в медиaprостранстве, а также ее оперативное распространение с помощью средств Интернета. Основными последствиями такого положения дел являются подрыв доверия к СМИ, девальвация факта и формирование культуры постправды (подробнее об этом в [Гарбузняк, 2019]).

Наполнение тематической подгруппы «СМИ» (21 синонимический ряд) свидетельствует прежде всего о жанровой перестройке этой области. Здесь встречаются такие синонимы, как *дайджест, обзор, обозрение; телегид, телепрограмма; блиц-опрос, блиц-интервью, флеш-интервью* и т. д. Любопытно, что у слова *СМИ* появился абсолютный синоним *массмедиа* или просто *медиа*. Хотя эти слова идентичны понятийно и стилистически, судя по всему, новое заимствование призвано отразить происходящие в этой области изменения – обращение к цифровому и поликодовому формату изданий, использование социальных медиа, увеличение роли обратной связи и др.

Подгруппа «Междометия и коммуникативы»³ (19 синонимических рядов) отличается тем, что состоит из неполнозначительных слов. Если заимствование знаменательной лексики, как правило, обусловлено объективными причинами, то внедрение дискурсивных слов продиктовано исключительно субъективными факторами и прежде всего языковой модой.

В разделе рельефно выделяются группы эмотивных (*вау / wow, ух ты, вот это да, ничего себе...; унс, ой; ауч, ай*) и этикетных единиц (*сорри, простите, извините...; плиз, плз, пожалуйста, прошу (тебя, вас)...; хорошего дня – калька have a nice day, всего хорошего, всего доброго...*). Оставшиеся синонимы с трудом поддаются классификации – они могут выражать побуждение (*го / гоу, давай, айда*), согласие (*окей², хорошо, договорились...*), перечисление (*бла-бла-бла, и так далее, и тому подобное...*) и др. Обогащение синонимии незнаменательных слов, судя по всему, говорит о некотором изменении эмоционально-фатического облика современной речи.

Наиболее представленным разделом группы «Коммуникация» является подгруппа «Интернет-коммуникация» (52 синонимических ряда). Лексическая динамика в этой сфере, очевидно, указывает на значимость виртуального общения в современной жизни. Наполнение раздела позволяет моделировать интернет-коммуникацию как автономную область взаимодействия, в которой отражается структура реального (оффлайн) общения.

Подгруппа включает синонимы, именующие 1) качества виртуальной личности (*ник, никнейм, сетевое имя, прозвище*); 2) отношения между людьми (*хейтер, ненавистник, недруг, злопыхатель, недоброжелатель, зложелатель*); 3) эмоциональные проявления (*ОМГ, О, май Гад, О, мой Бог...*); 4) объединения по интересам (*комьюнити / community, сообщество*); 5) площадки и инструменты для общения (*стрим, онлайн-трансляция, прямая трансляция, прямой эфир*); 6) виды и жанры коммуникативной активности (*пост, запись, публикация*).

Подгруппа «Интернет-коммуникация» характеризуется чрезвычайно высоким средним индексом обновления – он равен 3,2. Максимальная степень обновления (10) присуща синонимическому ряду *лол / lol, ржунимагу, валяцца пацталом, ахаха, ухаха, ыыыыы, бугага, бггг, XD / XD, рофл, смешно, смехотворно...* Представляется, что мощное языковое выражение концепта *СМЕХ* носит компенсаторный характер. Распространение виртуальной коммуникации, лишенной непосредственных невербальных реакций, привело к появлению новых эмотивных междометий. Востребованность виртуального проявления эмоций демонстрирует также ряд *эмодзи, эмотикон, смайлик, стикер* (2), *колобок, лыбик*.

³ Под коммуникативами мы, вслед за И. А. Шароновым [1996], понимаем реплики диалога, идиоматически передающие некоторое интенциональное значение (согласие, удивление, сомнение и т. д.).

Существенно обогатилась парадигма с доминантой *спор*: в нее встроились единицы *интернет-флейм, флейм, флейминг, срач* и *холивар*. Думается, это отражает свойственную интернет-взаимодействию состязательность, нередко принимающую воинственные, агрессивные формы.

Немалое число наименований сосредоточено вокруг такого важного инструмента онлайн-коммуникации, как электронная почта, ср.: *мейл (1), имейл (1), электронная почта (1), почта, электронный почтовый ящик, электронный ящик, емеля, мыло*. Высокая степень обновления присуща также рядом *директ, приват, личные сообщения, личка, лс* и *шерить, шарить, делиться, перепостить, репостить, делать репост*. По-видимому, первая парадигма подчеркивает значимость в социальных сетях личного общения (в противовес публичному), вторая – популярность нового способа распространения информации.

Максимальный прирост синонимов в рамках идеографической сферы «Общество» наблюдается в тематической группе «Трудовая деятельность человека». Это, очевидно, свидетельствует о коренной реорганизации рынка труда и производственных отношений.

Актуальные сферы занятости запечатлены в подгруппе «Профессии» (45 синонимических рядов). Собранные здесь синонимы по содержанию делятся на три типа: 1) парадигмы, которые состоят из нескольких параллельных названий новых профессий (*тиарищик, специалист по связям с общественностью*); 2) парадигмы, которые включают названия старой профессии и ее нового аналога с несколько измененным набором должностных обязанностей (*компьютерищик, программист, айтишник, специалист в области информационных технологий, IT-специалист*); 3) парадигмы, которые совмещают старое и новое название одной и той же профессии (*уборщик, клинер*). Встречаются также смешанные ряды, например, *рекрутер, консультант / специалист / менеджер по подбору персонала, HR-менеджер, HR / эйчар, кадровик, наёмщик*. Сосуществование в одном тематическом объединении профессий разных эпох и экономических систем демонстрирует, во-первых, непоследовательность происходящих в России изменений, а во-вторых, столкновение разных подходов к организации труда.

Наибольшая степень обновления в этой подгруппе (8) присуща синонимическому ряду *мануальный терапевт, мануальщик, мануал, мануолог, мануалист, хиропрактик, остеопат, костоправ*. Если принять во внимание тот факт, что мануальная терапия является видом альтернативной, научно не обоснованной медицины, интерес к ней может быть интерпретирован как подтверждение вывода о статусе паранауки в современном обществе. К рядам, пополнившимся большим числом синонимов, относится также ряд *визажист, художник по макияжу, художник-визажист, специалист по макияжу, мейкапер*. Развитая синонимия в этом случае коррелирует с наполнением группы «Гигиена, бьюти-процедуры» и говорит о ценности ухоженной внешности.

Богатой на содержание является подгруппа «Техника и её функционирование» (92 синонимических ряда). Она отличается высокой организацией и состоит из шести блоков: «Компьютерная техника» (*роутер, маршрутизатор*), «Бытовая техника» (*микроволновая печь, микроволновка, СВЧ-печь*), «Аудио-, видеотехника» (*плеер, проигрыватель*), «Техника связи» (*мобильный, сотовый*), «Транспортная техника» (*джетпак, реактивный ранец*) и «Звуковое оборудование» (*амплифа[й]ер, усилитель [звука]*). Особенностью этой подгруппы являются так называемые неологизмы – слова, именующие предметы, за короткий срок вышедшие из массового употребления по причине интенсивного развития техносферы.

ры. Например: *флоппи-диск, флоппи, гибкий магнитный диск, ГИД, дискета, накопитель на гибких магнитных дисках, НГМД*.

Ядро группы «Трудовая деятельность человека» – подгруппа «Сферы трудовой деятельности» (612 синонимических рядов). Содержание подгруппы чрезвычайно разнородно и соотносится с различными производственными и непроизводственными отраслями (табл. 4). Как видно из статистических данных, основными точками притяжения здесь служат две области – культура и спорт. По-видимому, на основании этого можно сделать вывод об особом интересе современного человека к культурной и спортивной жизни, а также о заметной перестройке этих сфер.

Таблица 4

Распределение неосинонимики
тематической подгруппы «Сферы трудовой деятельности»

Table 4

Distribution of new synonyms
in the thematic subgroup “Employment areas”

Тематический таксон	Количество тематических вхождений	Процент от состава тематической подгруппы
Бизнес	9	1,5
Менеджмент	16	2,6
IT-сфера	67	11,2
Экономика, финансы, банковское дело	59	9,5
Маркетинг, реклама, PR	38	6,2
Медицина	10	1,5
Искусство, культура	143	23,5
Мода, стиль	19	3,1
Образование, воспитание	10	1,6
Физическая культура и спорт	190	31,1
Развлечение, отдых	36	5,9
Путешествие, туризм	15	2,3

Самое многочисленное тематическое образование таксона «Искусство, культура» – раздел «Музыка» (71 синонимический ряд), который практически целиком состоит из названий новых музыкальных жанров и направлений (*микротаус, минимал-хаус, минимал-техно, минимал; думкор, сладж-дум, сладж-метал, сладжкор, сладж*). Здесь же локализованы синонимические ряды с высоким индексом обновления (5), например, *хип-хопер, рэпер, эмси, хип-хоп-исполнитель, рэп-исполнитель*.

Лексико-семантические поля других видов искусства пополнились синонимами в гораздо меньшей степени. Таксон «Кино» содержит 18 парадигм (*байопик, фильм-биография, биографический фильм*), «Живопись и графика» – 10 (*боди-арт, бодипейнтинг*), «Литература» – 6 (*фанфик, фан-фикшн*), «Танец» – 6 (*би-боинг, брейк-данс, брейк, брейкинг, хип-хоп (2)*), «Фотография» – лишь 3 (*фриз-лайт, лайтпейнтинг, светографика, световое граффити, светоживопись, люминография*).

Тот факт, что в период расцвета визуальной культуры ключевые позиции в обществе занимает музыкальное искусство, с трудом поддается объяснению. Возможно, будучи материально бессодержательной, музыка интуитивно и тонко отражает многообразие умонастроений и объективное усложнение действительности.

Тематический таксон «Физическая культура и спорт» включает несколько разделов – «Общие понятия» (*контекст, соревнование, состязание, чемпионат, конкурс, турнир*), «Физическая культура» (*акваэробика, гидроаэробика, аквабилдинг, водная аэробика, аэробика на воде, аквафитнес, водный фитнес*), «Виды спорта» (*ринк-бенди, бенди, хоккей с мячом, русский хоккей*), «Спортивный инвентарь» (*джермперы, джолли-джермперы, джампы*) и «Наименование спортсмена» (*плеймейкер, распасовщик*).

Обогащение спортивной лексики осуществляется в нескольких направлениях. Ведущими из них являются бейсбол (*брейкин-бол, кручёная подача*) и экстремальные виды спорта (*кайтсёрфинг, флайсёрфинг, флай*). Некоторые экстремальные занятия отражены также в таксоне «Развлечение, отдых», содержащем наименования необычных аттракционов, например, *банджи-джермпинг, банджи, тарзанка; акваблб, блб, водная катапульта; аквазорбинг, гидрозорбинг, зорбинг, водный зорбинг*.

Обилие бейсбольной терминологии, по-видимому, обусловлено конкретными историческими событиями – включением бейсбола в список олимпийских видов спорта (1986 г.) и учреждением в СССР Федерации бейсбола, софтбола и русской лапты (1987 г.). Увлечение экстремальным спортом имеет под собой более сложные основания. Стремление к риску и острым ощущениям может быть вызвано повышением общего уровня безопасности и комфорта жизни. Возможно, тяга к преодолению внутренних границ опосредованно связана с распространившимся на рубеже веков культом супергероев. Не следует забывать и о развитии спортивных технологий, благодаря которым появились и стали массово доступны специальные приспособления для занятий опасными видами спорта.

Довольно многочисленным в составе подгруппы «Сферы трудовой деятельности» является таксон «IT-сфера». Его особенность заключается в том, что он, отражая содержание становящейся области, практически целиком состоит из новых (не пополненных) синонимических рядов. Здесь выделяется несколько разделов: «Общие понятия» (*диджитал прил., диджитал-, дигитальный, цифровой*), «Компьютерные программы, интернет-сервисы и ресурсы» (*облако, клауд-сервис, облачный сервис*) и «Действия с компьютерными объектами» (*апдейт, обновление*).

Рекордной степенью обновления (11) характеризуется синонимический ряд *интернет, всемирная паутина, всемирная / мировая / глобальная сеть, World Wide Web, WWW, веб, киберпейс, киберпространство, виртуальная реальность, виртуал, вирт*. Сходным в смысловом отношении является ряд *онлайн-, онлайн-овый, интернет-, интернетовский, сетевой*. Это говорит о том, что феномен Интернета обладает в современном обществе исключительной ценностью.

В других тематических таксонах этой подгруппы также содержатся синонимы с высокой степенью обновления. В частности, в разделе «Торговля» (таксон «Экономика, финансы, банковское дело») находим синонимы *мегаполл, молл, торговый центр, ТЦ, торгово-развлекательный центр, ТРЦ, торговый комплекс, ТК, шоппинг-центр*. В перечисленный синонимический ряд встраиваются вышедшие из активного употребления единицы *универмаг, пассаж, галерея*, которые по разным причинам встречаются в названиях современных магазинов (*ГУМ*,

универмаг «Цветной», Коньково Пассаж, торговая галерея «Модный сезон»). Кроме того, в названиях торговых комплексов нередко используются однотипные компоненты вроде холл (Ролл Холл, Олимпик Холл, Гранд Холл) и плаза (Принц Плаза, Райкин-плаза, Ереван Плаза). И хотя эти заимствования не являются знаменательными словами, нельзя отрицать их вхождение в обсуждаемое смысловое поле.

Обилие слов, сконцентрированных вокруг феномена торгово-развлекательного центра, свидетельствует о том, что он стал точкой общественного притяжения. Здесь не только приобретают товары, но и отдыхают, обедают, встречаются, гуляют, ухаживают за собой.

Другие интересные синонимические ряды с высокой степенью обновления – премиум-класс, премиум-, премиальный, хай-класс (2), люкс, люксовый, лакиери и престижный, статусный, имиджевый, элитный, эксклюзивный. В существующей системе сегментации рынка (масс-маркет, мидл-маркет, люкс) наиболее дифференцированной номинацией отличается высшая ступень качества. Именно она вызывает у людей положительные ассоциации (качество, индивидуальность, богатство) и служит показателем успеха и благосостояния. Непреходящая ценность достатка и высокого социального статуса выражается сегодня через категорию потребляемой продукции.

Таким образом, неосинонимика, находясь на пересечении неологии и лексических заимствований, демонстрирует наращивание языковых смыслов за счет внешних источников. В результате проделанного анализа были выявлены области с интенсивным протеканием процессов концептуализации («Интернет-коммуникация», «Техника и ее функционирование», «Сферы трудовой деятельности»), а также точечные концепты повышенной значимости (экологичность, медийность, интернет, торговый центр и др.).

Наблюдения, сделанные в ходе работы, позволяют сформулировать ключевые мировоззренческие черты современного российского общества. К ним относятся: 1) фокусировка внимания на профессиональной деятельности и стремление к максимально эффективной организации труда; 2) восприятие известности как главной составляющей социального веса; 3) высокая значимость виртуальной коммуникации; 4) понимание информации как продукта производства; 5) переосмысление понятия пол и концептуализация нетрадиционной сексуальной ориентации; 7) ценностное отношение к молодости и красоте; 8) внимание к паранаучным концепциям; 9) нацеленность на заботу об окружающей среде.

Список литературы

Ваганов А. Г. Научно-популярная литература и престиж науки в обществе // Наука. Инновации. Образование. 2007. Вып. 2. С. 55–73.

Гарбузняк А. Ю. Феномен постправды: девальвация факта в медийном дискурсе // Знание. Понимание. Умение. 2019. № 1. С. 184–192.

Зализняк Анна А., Левонтина И. Б. Отражение «национального характера» в лексике русского языка // Зализняк Анна А., Левонтина И. Б., Шмелёв А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М.: Языки славянской культуры, 2005. С. 307–335.

Левонтина И. Б. О чём речь? М.: АСТ: Corpus, 2015. 506 с.

Маринова Е. В. Освоение новых заимствований и сопутствующие процессы в русском языке начала XXI в. // Русский язык начала XXI в.: лексика, словообра-

зование, грамматика, текст: Коллективная монография. Н. Новгород: Изд-во Нижегород. гос. ун-та, 2014. С. 65–149.

ССРЯ – Словарь синонимов русского языка: В 2 т. / Гл. ред. А. П. Евгеньева. Л., 1970–1971.

Ульман С. Семантические универсалии // Новое в лингвистике. М.: Прогресс, 1970. Вып. 5. С. 250–299.

Кривко И. П. Специфика синонимической аттракции в лексиконе индивида: синергетический подход: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Курск, 2010. 22 с.

Фришберг И. Д. Когнитивный аспект синонимической аттракции глагольных номинаций (на материале английского и русского языков): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2006. 22 с.

Шаронов И. А. Коммуникативы как функциональный класс и как объект лексикографического описания // Русистика сегодня. 1996. № 2. С. 89–112.

References

Frishberg I. D. *Kognitivnyy aspekt sinonimicheskoy attraksii glagol'nykh nominatsiy (na materiale angliyskogo i russkogo yazykov)* [Cognitive aspect of verb synonymic attraction (based on the material of English and Russian languages)]. Abstract of Cand. philol. sci. diss. Tyumen, 2006, 22 p.

Garbuznyak A. Yu. Fenomen postpravdy: deval'vatsiya fakta v mediynom diskurse [Post-truth phenomenon: devaluation of fact in the media discourse]. *Knowledge. Understanding. Skill*. 2019, no. 1, pp. 184–192.

Krivko I. P. *Spetsifika sinonimicheskoy attraksii v leksikone individa: sinergeticheskiy podkhod* [The specifics of synonymous attraction in the human lexicon: a synergistic approach]. Abstract of Cand. philol. sci. diss. Kursk, 2010, 22 p.

Levontina I. B. *O chem rech'?* [What do you mean?]. Moscow, AST, Corpus, 2015, 506 p.

Marinova E. V. Osvoenie novykh zaimstvovaniy i soputstvuyushchie protsessy v russkom yazyke nachala 21 v. [Development of the new borrowings and related processes in Russian at the beginning of the 21st century]. In: *Russkiy yazyk nachala 21 v.: leksika, slovoobrazovanie, grammatika, tekst. Kollektivnaya monografiya* [Russian language of the beginning of the 21st century: vocabulary, word formation, grammar, text: Collective monograph]. Nizhniy Novgorod, NNSU Publ., 2014, pp. 65–149.

Sharonov I. A. Kommunikativy kak funktsional'nyy klass i kak ob'ekt leksikograficheskogo opisaniya [Communicatives as a functional class and as an object of lexicographic description]. *Rusistika segodnya*. 1996, no. 2, pp. 89–112.

Slovar' sinonimov russkogo yazyka: v 2 t. [Dictionary of Russian synonyms: in 2 vols]. Evgen'eva A. P. (Ed. in Ch.). Leningrad, 1970–1971.

Ull'man S. Semanticheskie universalii [Semantic universals]. In: *Novoe v lingvistike* [New in linguistics]. Moscow, Progress, 1970, iss. 5, pp. 250–299.

Vaganov A. G. Nauchno-populyarnaya literatura i prestizh nauki v obshchestve [The popular science literature and the prestige of the science in the society]. *Nauka. Innovatsii. Obrazovanie*. 2007, iss. 2, pp. 55–73.

Zaliznyak Anna A., Levontina I. B. Otrazhenie “natsional'nogo kharaktera” v leksike russkogo yazyka [Reflection of the “national character” in the Russian vocabular]. In: Zaliznyak Anna A., Levontina I. B., Shmelev A. D. *Klyuchevye idei russkoy yazykovoy kartiny mira* [Key ideas of the Russian language worldview]. Moscow, LRC Publishing House, 2005, pp. 307–335.

Информация об авторе

Александра Игоревна Ольховская, кандидат филологических наук

Information about the author

Aleksandra I. Olkhovskaya, Candidate of Philology

*Статья поступила в редакцию 01.12.2020;
одобрена после рецензирования 22.03.2021; принята к публикации 22.03.2021
The article was submitted 01.12.2020;
approved after reviewing 22.03.2021; accepted for publication 22.03.2021*