

С. Шиц

АКЦИЯ «СЛОВО ГОДА» ПО ВЕРСИИ OXFORD ENGLISH DICITONARY КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

«Слово года» – ежегодная акция, проводимая в различных странах и регионах с целью выявления наиболее актуальных, значимых и популярных слов и выражений, наиболее точно отражающих объективную действительность для носителей некоторого языка в отведенный временной промежуток. Данный концепт впервые упоминается в Германии в 1971 году в журнале «Gesellschaft für deutsche Sprache». Позже, в 1990-е годы, идея получила развитие в США благодаря А. Меткалфу, который, вдохновившись идеей выбора человека года журналом «Time», предложил так же выбирать и слово года. Затем акция стала популярна в Австралии, Великобритании, Дании, России, Украине, Японии. Так, особой популярностью пользуется акция «Слово года», проводимая Oxford English Dictionary (OED), материалы которой были использованы в практической части данного исследования. Членами экспертного жюри являются лексикографы, редакторы и маркетологи.

С целью выявления уровня освоенности слов года студентами лингвистических специальностей МГЛУ автором было проведено исследование. На основании данных OED (с 2004 по 2022 г.) был составлен опросник из 32 вопросов (*знаете ли вы значение слова «chav»? , укажите перевод слова «chav», если вы затрудняетесь перевести слово, пропустите этот пункт* и т.п.). В опросе принял участие 51 студент 1–2 курсов МГЛУ.

Полученные данные позволили заключить, что 43,2 % респондентов знают значение слов года по версии OED (с 2004 г.), 27,2 % указали перевод, однако среди них лишь 79 % переводов оказались верными. Таким образом, установлено, что 32,4 % респондентов следят за актуальными лексическими и лингвокультурологическими процессами в современном английском языке. Результаты исследования также указывают на необходимость повысить уровень осведомленности студентов младших курсов о результатах акции «Слово года» и учесть ее лингвокультурный потенциал.