



Научная статья

УДК 811.111'373.45'42

DOI: 10.24412/2076-913X-2025-359-60-75

КАТЕГОРИЯ ВРЕМЕНИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НЕОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Катермина Вероника Викторовна

Кубанский государственный университет,
Краснодар, Россия,

veronika.katermina@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9141-9867>

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена непрерывным расширением корпуса англоязычной неологической лексики, постоянным интересом ученых к данной, наиболее востребованной части неологического дискурса, необходимостью научной интерпретации отображения коллективного опыта в анализируемом пласте лексики. Английские неологические единицы с темпоральной семантикой формируют информационную картину мира, отражая национально-культурные особенности мировосприятия и систему ценностных отношений. Цель статьи — описать употребление неологических единиц в англоязычном дискурсе с точки зрения категории времени. Научная новизна работы заключается в том, что впервые в рамках англоязычного неологического дискурса проводится исследование новых слов с темпоральной семантикой, в результате чего выделяются пять тематических групп (типы воздержания; праздники, дни недели, названия месяцев; экономика и экология; номинация поколений; возраст человека). Материалом исследования послужили английские неологизмы со значением времени и с компонентами, обозначающими время, полученные методом сплошной выборки из электронных лексикографических источников. Анализ данных неологизмов позволил подробно рассмотреть их семантику и выявить оценочный потенциал. В статье отмечается, что неологические единицы отражают особенности ментальности английского народа, выраженные посредством компонента с темпоральной семантикой. Время играет исключительную роль среди когнитивных структур и процессов, участвующих в восприятии реального мира. С его помощью реальный мир трансформируется в «проецируемый мир», который и является доступным

человеческому сознанию. В работе применялись такие методы научного познания, как анализ литературы, обобщение опыта, классификация и дедукция. Образование и существование данных неологических единиц в англоязычном дискурсе говорит об их значимости при отражении национально-культурных особенностей мировосприятия и системы ценностных отношений.

Ключевые слова: категоризация, темпоральность, английский язык, дискурс, неологизм, оценка, аксиология, семантика.

Для цитирования: Катермина, В. В. (2025). Категория времени в англоязычном неологическом дискурсе. *Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование»*, 3(59), 60–75. <https://doi.org/10.24412/2076-913X-2025-359-60-75>

Original article

UDC 811.111'373.45'42

DOI: 10.24412/2076-913X-2025-359-60-75

THE CATEGORY OF TIME IN ENGLISH NEOLOGICAL DISCOURSE

Veronika V. Katermina

Kuban State University,
Krasnodar, Russia,

veronika.katermina@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9141-9867>

Abstract. The relevance of the study is due to the continuous expansion of the corpus of English neological vocabulary, the constant interest of scholars in this popular part of the neological discourse, the need for scientific interpretation of the display of collective experience in the analyzed layer of vocabulary. English neological units with temporal semantics form an information picture of the world reflecting national and cultural features of worldview and the system of value relations. The purpose of the article is to describe the use of neological units in English discourse from the point of view of the category of time. The scientific novelty of the work lies in the fact that for the first time in the framework of English neological discourse a study of the temporality of new words is carried out, as a result of which five thematic groups are distinguished (types of abstinence; holidays, days of the week, naming of months; economy and ecology; nomination of generations; human age). The material for the study was English neologisms with the meaning of time and with components denoting time obtained by the method of continuous sampling from electronic lexicographic sources. The analysis of these neologisms allowed us to consider their semantics in detail and identify their evaluative potential. The article notes that neological units reflect the peculiarities of the mentality of the English people expressed through components with temporal semantics. Time plays an exceptional role among the cognitive structures and processes involved in the perception of the real world. With its help the real world is transformed into a “projected world”, which is accessible to human consciousness. The work used such methods of scientific knowledge as literature analysis, generalization of experience, classification and deduction. The formation and existence of these

neological units in the English discourse speaks of their significance in reflecting the national and cultural characteristics of worldview and the system of value relations.

Keywords: categorization, temporality, the English language, discourse, neologism, evaluation, axiology, semantics.

For citation: Katermina, V. V. (2025). The category of time in English neological discourse. *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 3(59), 60–75. <https://doi.org/10.24412/2076-913X-2025-359-60-75>

Введение

В статье о концепции времени в языке и тексте Н. Грушина пишет: «Time has always been a subject of study in different fields including history, philosophy, religion or science. Thinkers have conceptualized and analysed time in different ways. Plato, Aristotle, Saint Augustine, Kant, Newton, Einstein, Spengler, Vernadsky, Bergson and other philosophers and scientists discussed the nature of time and its physical and psychological aspects. Time is one of the basic concepts related to our perception of reality» (Grushina, 2020, p. 143). (Время всегда было предметом изучения в различных областях, включая историю, философию, религию или науку. Мыслители концептуализировали и анализировали время по-разному. Платон, Аристотель, Святой Августин, Кант, Ньютон, Эйнштейн, Шпенглер, Вернадский, Бергсон и другие философы и ученые обсуждали природу времени и его физические и психологические аспекты. Время является одним из основных понятий, связанных с нашим восприятием реальности) (здесь и далее перевод наш. — В. К.; см. также работы: Болдырев, 2018; Бондаренко, 2009; Бронник, 2020; Гак, 1997; Гуревич, 1969, и др.).

Время как универсальная категория «несет в себе как инвариантное содержание — ядро, так и изменчивые составляющие. Поэтому по-разному реализуясь в различных сферах (физике, биологии, психологии, культуре, языке), категория времени проявляет идентичные свойства, составляющие модель времени» (Михеева, 2006, с. 11).

В современной лингвистике время и человек неразрывно связаны между собой: «фактор времени... — указывает Н. Д. Арутюнова, — играет важнейшую роль в создании модели человека, а фактор человека — в моделировании времени» (Арутюнова, 1997, с. 52).

Как считает И. П. Кудрявцева, «в разные периоды жизни, в разных эмоциональных или физических состояниях человек по-разному оценивает время. Особенности восприятия времени человеком с точки зрения психологии зависят от физиологического состояния (возраст, здоровье, воздействие успокоительных или возбуждающих медицинских препаратов) или от эмоционального состояния (наличие или отсутствие интереса, волнение, беспокойство, стресс). Такие состояния человека определяют характер и точность восприятия времени» (Кудрявцева, 2017, с. 96).

По словам Л. Н. Михеевой, «внутренний мир человека представлен в языке, как известно, двумя типами: ментальным и эмоциональным, поэтому ученые называют два уровня восприятия времени — уровень чувства и уровень сознания, следовательно, существуют два вида представлений о времени — перцептуальное и концептуальное, где первичным является чувственное, иррациональное, психологическое восприятие времени. Однако оба существуют и актуализируются в сознании людей в тесной взаимосвязи, особенно когда это касается отношения к таким фундаментальным категориям, как время. Поэтому при исследовании проблемы времени важно учитывать и перцептуальный, и когнитивный аспекты в их взаимодействии» (Михеева, 2006, с. 19).

Также стоит отметить и вовлеченность времени в аксиологический контекст: время — «одна из форм отношения человека к миру и аксиологическая концепция этого отношения» (Михеева, 2006, с. 10).

Аксиология — это раздел философии, который фокусируется на изучении ценностей и систем ценностей. Он исследует природу, происхождение, структуру, классификацию и роль ценностей в жизни человека и культуре, изучает вопросы, связанные с оценкой ценности, критерии, используемые для оценки и сравнения различных ценностей, а также формирование и трансформацию систем ценностей в различных обществах и культурах (Токарев, 2024; Berger, Luckmann, 1967; Lemos, 1995; Smith, 2017).

Лингвистическая аксиология — это подраздел лингвистики, который изучает связь между языком и системами ценностей. Данный подраздел исследует, как языковые выражения и структуры отражают ценности и ценностные суждения, распространенные в определенной культуре или обществе. Лингвистическая аксиология изучает, какие языковые формы используются для передачи ценностей и оценок. Она анализирует лексические элементы, фразы и конструкции, связанные с выражением ценностей, а также то, как эти представления отражаются в языке.

Анализ неологических единиц является значимым при изучении языка, поскольку он позволяет проследить динамику развития словарного запаса, выявить социальные, культурные и технологические изменения в обществе (см.: Абросимова, 2011; Зенина, 2019; Катермина, Липириди, 2021; Кондрашева, 2019; Криворучко, 2022; Самойлова, 2023, и др.). По словам В. В. Катерминой и С. Х. Липириди, «возникновение неологизмов отражает развитие языка и становление новых культурных ценностей и социальных отношений. Неологизмы отображают механизмы познания мира, являясь инструментом категоризации действительности. Неологизмы являются репрезентацией изменений ценностной картины мира» (Катермина, Липириди, 2021, с. 61).

Рассмотрение темпоральной категории, выраженной неологическими единицами англоязычного дискурса, является актуальным, поскольку позволяет выявить влияние различных временных представлений на восприятие новых концепций и явлений в обществе, а также открыть новые горизонты для межкультурной коммуникации и перевода в эпоху глобализации.

Методология исследования

Цель данной статьи — рассмотрение категории времени сквозь призму англоязычного неологического дискурса. Основным методом выступает метод сплошной выборки неологических единиц со значением времени и с компонентами, обозначающими время, из электронного неографического источника Cambridge Dictionaries Online Blog (Cambridge Dictionaries Online¹) за период 2017–2024 годов, а также описательный метод.

Результаты и дискуссия

Язык играет решающую роль в формировании нашего восприятия и оценочности. Язык — основное средство, с помощью которого индивиды выражают и понимают себя, мир и других. Язык не только отражает восприятие и ценности, но и активно способствует их формированию. Это не просто инструмент для передачи информации или облегчения коммуникации. Скорее, это уникальная форма существования, которая предоставляет доступ к миру и позволяет индивидам интерпретировать и понимать его (Smith, 2017).

Язык неразрывно связан с культурой и историей, в рамках которых он развивался. Каждый язык включает в себя определенные идеи, ценности, концепции и способы мышления, которые были сформированы определенной культурной средой.

По справедливому замечанию исследователей, «все явления действительности, всё сущее в мире воспринимается сквозь призму концептуальной модели времени, нашедшей отражение в системах языковых знаков и форм» (Мелерович и др., 2024, с. 115).

В ходе работы было выделено пять тематических групп: *типы воздержания; праздники, месяцы, дни недели; экономика и экология; номинация поколений; возраст человека*.

1. Типы воздержания.

В англоязычном неологическом дискурсе выделяется группа новых слов, обозначающих период времени, в течение которого человек отказывается от чего-либо.

Воздержание (или абстиненция, от *лат. abstinere* — воздерживаться) — добровольный волевой отказ от чего-либо, подавление в себе каких-либо влечений в течение определенного промежутка времени или на протяжении всей жизни.

Среди неологических единиц анализируемой группы выделим следующие: *dryathlon* — *a prolonged period of abstinence from alcohol, usually undertaken for charity* [длительный период воздержания от алкоголя, обычно проводимый

¹ URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms>

в благотворительных целях]; *dryuary* — a January during which a person consumes no alcohol; a campaign to encourage abstinence from alcohol during January [январь, в течение которого человек не употребляет алкоголь; кампания, призывающая воздерживаться от алкоголя в январе]; *Janopause* — the practice of abstaining from alcohol for the month of January [практика воздержания от алкоголя в январе]; *digital detox* — a period in which a person abstains from using electronic devices such as smartphones, usually in an endeavour to lower stress levels and re-engage with the physical world [период, в течение которого человек воздерживается от использования электронных устройств, таких как смартфоны, обычно в попытке снизить уровень стресса и возобновить взаимодействие с физическим миром]; *phast* — a ‘phone fast’: a period of time during which someone chooses not to use their smartphone [период времени, в течение которого кто-то решает не использовать свой смартфон]; *friendship recession* — a period when many people have few or no friends [период, когда у многих людей мало или совсем нет друзей].

Ключевыми лексемами являются следующие компоненты: *addictive drugs* [детоксикация организма, особенно от алкоголя или нелегальных наркотиков, вызывающих привыкание]; *fast* — *носм* (the act or practice of fasting, religious abstinence from food [акт или практика поста, религиозного воздержания от пищи]); *recession* — *снад*, *рецессия* (the act or an instance of receding or withdrawing [акт или случай отступления или ухода]); *pause* — *пауза* (a temporary stop or rest; an intermission of action; interruption; suspension; cessation [временная остановка или отдых; перерыв в действии; прерывание; приостановка; прекращение]).

Как видно из материала, данные единицы связаны как непосредственно с личностью человека (*dryuary*, *digital detox*, *phast*, *friendship recession*, *Janopause*), так и с проблемами, возникающими в обществе (*dryathlon*, *social recession*).

Особо выделим неологизмы, в которых поднимаются вопросы, связанные с цифровизацией общественной жизни: *digital detox*, *phast*, *social recession*, *friendship recession*. С одной стороны, попытка воздерживаться от использования электронных устройств и телефонов может благотворно влиять на возобновление отношений между людьми; с другой — засилие цифровых устройств ведет к уменьшению контактов и нежеланию проводить время друг с другом.

2. Праздники, дни недели, названия месяцев.

Достаточно большая группа неологизмов, в которых присутствует темпоральный компонент, включает в себя единицы, обозначающие праздники, месяцы и дни недели.

Среди праздников отметим Рождество и День святого Валентина.

Рождество, будучи важным праздником, отражено в изучаемых неологизмах. В англоязычном неологическом дискурсе можно выделить такие новые слова, как *Twixmas* — *the days between Christmas Day and New Year's Day* (период времени между Рождеством и Новым годом), *Christmas creep* — *the phenomenon of the Christmas shopping season starting earlier and earlier each year, with retailers promoting and selling Christmas-related items well in advance*

(феномен рождественского сезона распродаж, который начинается все раньше и раньше с каждым годом, когда розничные торговцы рекламируют и продают рождественские товары задолго до их поступления), *reverse advent calendar — an activity filling every day with items of food or clothing that can then be taken to a food bank or charity in order to help those less fortunate that are struggling at Christmas time* (занятие, которое подразумевает откладывание одного продукта питания в день в течение декабря, а затем передачу всех продуктов в продовольственный банк в канун Рождества, чтобы помочь нуждающимся людям).

Помимо отражения лингвистических тенденций, в данных неологических единицах можно проследить лингвокультурологические особенности, что ярко выражено в неологических единицах, содержащих темпоральный компонент, — *Christmas* и *St. Valentine's Day*.

Название месяца в данном контексте ярко представлено январем: *Janxiety — feelings of unhappiness and worry that people often have at the beginning of a new year* (чувства несчастья и беспокойства, которые люди часто испытывают в начале нового года); *January brain — a feeling of tiredness and a lack of energy and motivation that some people experience when they go back to work in the new year after the Christmas holidays* (чувство усталости, а также отсутствия энергии и мотивации, которое испытывают некоторые люди, возвращаясь на работу в новом году после рождественских праздников).

Например, ничего так лучше не описывает «январское беспокойство», как время, когда люди собираются с духом и становятся лучше — более сосредоточенными, с хорошим банковским счетом и способностью влезть в самые узкие джинсы. Но, к сожалению, люди чувствуют то же самое, что и на прошлой неделе. За исключением того, что их банковский счет исчерпан. Это стремление начать заниматься пилатесом и отказаться от сахара сменяется тягостным ощущением, немного похожим на чувство вины при похмелье.

Тревожность также может возникнуть из-за мысли о возвращении к привычной работе и домашней рутине после окончания праздников. Это временное чувство неловкости, связанное с проблемой невыполнения новогодних обещаний.

Что касается «январского мозга», то это явление можно прокомментировать следующим образом: когда мы возвращаемся на работу после этого странного, славного периода рождественских каникул, многим из нас сложно приспособиться. Наш мозг может быть затуманенным, наша мотивация может отсутствовать, и нам, вероятно, будет очень трудно соответствовать нашей обычной производительности. Давайте назовем это сбитое с толку ощущение «январским мозгом»: общее чувство умственной вялости, как будто мы работаем с небольшой задержкой или в замедленном темпе (*When we get back to work after that strange, glorious post-Christmas hinterland period, many of us struggle to adjust. Our brains might feel foggy, our motivation lacking and we're likely to seriously struggle to match our usual productivity. Let's call that befuddled*

sensation «January brain»: a general sense of mental sluggishness, as if we're operating on a slight time delay or in slow motion [independent.co.uk, 13 January 2024]).

Еще один январский день — *Quitter's Day — the second Friday of January, the day when most people abandon their New Year's resolutions and go back to their old habits* — вторая пятница января, день, когда большинство людей отказываются от своих новогодних обещаний и возвращаются к старым привычкам.

Согласно статистике, в среднем только 8 % придерживаются своих целей в течение целого месяца. А 23 % людей бросают к концу первой недели. Согласно опросу Forbes Health 2024 года, 62 % вообще никогда не хотели давать себе новогодние обещания.

Неологизмы с днями недели (целый день либо часть дня) посвящены Дню благодарения:

Gray Thursday — the official day when Christmas shopping begins (серый четверг — вечер Дня благодарения в США, когда некоторые розничные торговцы устраивают распродажи и работают до раннего утра или всю ночь).

Sofa Sunday — a day of intensive online shopping after the Thanksgiving holiday (день интенсивных покупок в Интернете после Дня благодарения).

Cyber Monday — the annual online shopping event that is celebrated on the Monday after Thanksgiving (ежегодное событие онлайн-торговли, которое отмечается в понедельник после Дня благодарения).

Ключевыми в данных неологизмах, кроме номинаций дней недели, являются *цвет* (gray), *место* (sofa) и *принадлежность к цифровым реалиям* (cyber).

Среди неологизмов с компонентом «часть суток или день недели» также отметим следующие: *the weekend effect — the spike in death rates in hospitals at the weekend* (резкое увеличение смертности в больницах в выходные дни); *runch — a run that you do for exercise during your lunch break* (пробежка, совершаемая в качестве упражнения во время обеденного перерыва); *brinner — a meal served in the evening which consists of foods traditionally eaten at breakfast* (вечерняя трапеза, состоящая из блюд, которые традиционно едят на завтрак).

Они могут быть связаны со спецификой приема пищи, определенным графиком работы (*brinner — a meal served in the evening which consists of foods traditionally eaten at breakfast* [вечерняя трапеза, состоящая из блюд, которые традиционно едят на завтрак]), попыткой держать себя в хорошей физической форме (*runch — a run that you do for exercise during your lunch break* [пробежка, совершаемая в качестве упражнения во время обеденного перерыва]), а также тенденцией увеличения смертности в больницах в выходные дни (*the weekend effect — the spike in death rates in hospitals at the weekend* [резкое увеличение смертности в больницах в выходные дни]).

Во всех приведенных неологизмах присутствует лексема, указывающая на часть суток или день недели, выраженная либо эксплицитно, либо имплицитно (*weekend — конец недели, lunch break — обеденный перерыв, evening — вечер, week — неделя, day — день*).

Английские неологизмы с компонентом «время года» немногочисленны и представлены единицами, в которых присутствуют лексемы **season** — **время года**, **fall** — **осень**, **winter** — **зима** (*cuffing season* — *late fall and early winter when single people seek exclusive relationships to help them get through the coming cold months* [поздняя осень и ранняя зима, когда одинокие люди ищут исключительных отношений, которые помогут им пережить предстоящие холодные месяцы]), **summer** — **лето** (*danger season* — *a new way of referring to summer because of the increased likelihood of droughts, wildfires and extreme heat caused by climate change* [новый способ обозначения лета из-за возросшей вероятности засух, лесных пожаров и экстремальной жары, вызванной изменением климата]), а также непосредственно названия месяцев **January** — **январь**, **February** — **февраль**, **March** — **март** (*Q1 = first quarter, in other words January, February or March* [первый квартал, то есть январь, февраль или март]).

3. Экономика и экология.

Еще одна достаточно большая группа неологических единиц, в которых присутствует темпоральный компонент, включает в себя неологизмы, относящиеся к экономическому и экологическому видам дискурса.

Основными семами, свидетельствующими о временной тематике, являются названия дней недели и месяцев года (*Monday* — *понедельник*, *Friday* — *пятница*, *October* — *октябрь*, *December* — *декабрь*), конкретные годы (1996, 2020, 2021), фразы (*a period* — *период*, *a period of time* — *период времени*).

Рассмотрим сначала группу неологизмов, относящихся к экономическому дискурсу.

Тема торговли присуща неологизмам, в которых временной период обозначен как названием дней недели, так и периодом, состоящим из трех месяцев:

Green Friday — *an anti-Black Friday movement started in 2015 to create awareness about the negative impacts of society's shopping habits* (движение против «черной пятницы» началось в 2015 году в целях повышения осведомленности о негативном влиянии привычек общества в плане покупок).

В «зеленую пятницу» покупателей призывают сократить ненужные траты, покупая только те продукты, которые им нужны, и выбирая устойчивые бренды и продукты. «Зеленая пятница» призвана удержать людей дома с семьями в выходные по случаю Дня благодарения, одновременно повышая осведомленность о привычках экологичных покупок и поощряя людей практиковать этичные покупки в Интернете.

Green Monday — *a term used to describe a shopping holiday that falls on the second Monday of December* (слово, используемое для описания торгового праздника, который приходится на второй понедельник декабря).

Этот день также называют киберпонедельником 2, потому что это второй по величине день для онлайн-покупок в праздничные дни (как было сказано выше, киберпонедельник — это первый понедельник после Дня благодарения, и это самый загруженный день онлайн-покупок в году).

Golden quarter — an intense period for retailers, with expectations high and marketing teams under pressure to deliver (напряженный период для ритейлеров, с высокими ожиданиями и давлением со стороны маркетинговых команд, которые должны были выполнить поставленные задачи; трехмесячный период с октября по декабрь, когда ритейлеры обычно получают наибольшую прибыль).

Важность данного периода, а также прибыльность достигается колоративами *green — зеленый* и *golden — золотой*, несущими в своей семантике увеличение и рост продукции, а также связь торговли и экологии или ослабление запретов.

В экономике любой страны важны периоды, когда на рынке труда происходят изменения.

Так, в 2020 и 2021 годах число уволившихся с работы людей было гораздо больше обычного, что и вызвало к жизни появление неологизмов *the Great Resignation — the collective trend of millions of employees leaving their jobs due to a variety of factors, most notably the COVID-19 pandemic* (коллективная тенденция, в результате которой миллионы сотрудников покидают свои рабочие места из-за различных факторов, наиболее заметным из которых является пандемия COVID-19); *silver exodus — the number of people aged 50–64 who are economically inactive in the U.K.* (число экономически неактивных людей в возрасте 50–64 лет в Великобритании). Это означает рост почти на 10 %, по сравнению с периодом до пандемии, что является убедительным доказательством «исхода серебра» с рабочих мест после COVID-19. Данная тенденция поднимает также и вопрос дискриминации по возрасту (*ageism*), и юридические фирмы не в состоянии принять во внимание группу людей, которые предлагают ценные навыки и опыт.

Период, в течение которого люди испытывают сильную обеспокоенность и пессимизм по поводу экономики, хотя на самом деле она находится в фазе оживления, отражен в неологизме *vibecession* — бленд, состоящем из слов *vibe* (вайб) и *recession* (спад), а время, когда кто-то решает не работать, потому что хочет проводить больше времени со своими детьми-подростками, — *teen-ternity leave* — еще один бленд, в состав которого входят слова *teenager* (тинейджер, подросток) и *maternity* (материнство).

В экологическом дискурсе при помощи темпорального компонента могут обозначаться определенные климатические условия, характерные для метеорологического дискурса.

Flash drought — a sudden period of little or no rain (внезапный период с небольшим количеством осадков или их полным отсутствием).

Heat day — a day when children do not have to go to school, and sometimes adults do not have to go to work, because the weather is too hot (день тепла — день, когда детям не нужно ходить в школу, а иногда и взрослым не нужно ходить на работу, потому что погода слишком жаркая).

Megadrought — a drought period spanning 20 years or more (in use since 1996) (мегазасуха — период засухи, длящийся 20 лет и более [используется с 1996 года]).

4. Номинация поколений.

Достаточно большая группа неологизмов, имеющая в семантике элемент периодизации времени, принадлежит и единицам, обозначающим поколения.

Первая подгруппа представлена новыми словами, в состав которых входит временной промежуток.

Generation Jones — a baby boomer who was born between approximately 1954 and 1965, from the expression keep up with the Joneses (поколение Джонсов — бэби-бумеры, родившиеся примерно между 1954 и 1965 годами, от выражения «идти в ногу с Джонсами»).

Generation X — a term used for the generation of Americans born between 1965 and 1980, following the Baby Boomers and preceding Millennials (поколение X — термин, используемый для обозначения поколения американцев, родившихся между 1965 и 1980 годами, следующих за бэби-бумерами и предшествующих миллениалам).

Xennial — someone born between 1977 and 1983, between Generation X and the millennial generation (Xennial — человек, родившийся между 1977 и 1983 годами, между поколением X и поколением миллениалов).

Gen Z — a way of referring to the group of people born between the late 1990s and the early 2010s (поколение Z — способ обозначения группы людей, родившихся в период с конца 1990-х до начала 2010-х годов).

Zalpha — someone who was born during a time period between the end of Generation Z and the beginning of Generation Alpha (Зальфа — человек, родившийся в период между концом поколения Z и началом поколения Альфа).

Generation Alpha is the demographic cohort succeeding Generation Z. Researchers and popular media use the early 2010s as the starting birth years and the mid-2020s as the ending birth years (поколение Альфа — демографическая когорта, которая следует за поколением Z. Исследователи и популярные СМИ используют начало 2010-х годов как начальный год рождения, а середину 2020-х годов — как конечный год рождения).

Generation Beta — a way of referring to the group of people who will be born between 2025 and 2039 (поколение Бета — способ обозначения группы людей, которые родятся между 2025 и 2039 годами).

Generation Omega is the cohort born in the Third Millenium born after 2040 (поколение Омега — это группа людей, родившихся в третьем тысячелетии и родившихся после 2040 года).

Как видно из материала, ключевыми словами в данной группе выступают буквы латинского и греческого алфавитов (X, Y, Z, Alpha, Beta, Omega).

Во вторую подгруппу входят неологизмы, имеющие в своем составе дополнительные компоненты.

Так, неологическая единица *multigen* — *including people of several different age groups* включает дополнительную коннотацию «люди нескольких разных возрастов», а в неологизмах *clipped wing generation* — *the generation of young adults who are unable to be independent from their parents because they cannot afford independent living costs*; *linkster* — *someone born after the year 2002, said to be «linked» into technology since birth*; *Generation T* — *the generation of people who heavily use asynchronous communication methods such as cell phone texting and Twitter*, «невозможность жить отдельно из-за расходов на проживание» (*cannot afford independent living costs*), «наличие богатства, обеспеченности» (*to be well-off*), «связь с технологиями с момента рождения» («*linked*» into technology since birth), «активно использовать асинхронные методы коммуникации, такие как текстовые сообщения на мобильном телефоне и Twitter» (*heavily use asynchronous communication methods such as cell phone texting and Twitter*).

5. Возраст человека.

Большой пласт англоязычных неологизмов занимают единицы, номинирующие возраст человека. Мы посчитали возможным проанализировать такие слова в рамках данной статьи, поскольку возраст включает в себя компонент «время». Возраст — это продолжительность периода от момента рождения живого организма до настоящего или любого другого определенного момента времени.

Изучение данной группы новых слов позволило выделить несколько подгрупп.

1. «Молодой возраст» — неологизмы, в состав которых входит лексема *young*: *Barbie flu* — *the trend for young women to dramatically alter their appearance to make themselves look like human Barbie dolls* [тенденция среди молодых женщин кардинально менять свою внешность, чтобы стать похожими на живых кукол Барби]; *yo-pro* — *a young professional* [молодой специалист]; *yuccie* — *young urban creative; someone who wants to be creative and free-spirited but also wealthy* [молодой творческий человек, живущий в городе; тот, кто хочет быть творческим и свободным духом, но также и богатым].

Отдельные единицы содержат компоненты *early twenties* и *under 30*: *quarterlife crisis* — *the feeling that some people in their early twenties suffer of being unsettled and unfulfilled* [чувство неустроенности и неудовлетворенности, которое испытывают некоторые люди в возрасте двадцати с небольшим лет]; *yummy* — *young urban male: a professional man under 30 who is interested in fashionable appearance and is likely to spend money on expensive goods* [молодой человек, живущий в городе: мужчина-профессионал моложе 30 лет, который интересуется модной внешностью и склонен тратить деньги на дорогие товары].

Дополнительными семами являются компоненты, обозначающие социальный статус, изменение внешности в угоду моде, а также профессиональные особенности.

Так, одна из неологических единиц описывает молодежь, которые сдают свое жилье в аренду (*generation rent*); некоторые молодые девушки стремятся кардинально изменить свою внешность, чтобы стать похожими на живых кукол Барби (*Barbie flu*), а молодые профессионалы хотят быть творческими и свободными духом, но также и богатыми (*yo-pro; yuccie*).

Неудовлетворенность работой и жизнью раскрывается в неологизме *quarterlife crisis* — кризис первой четверти жизни. В профессиональной жизни акцент также смещается на желание иметь модный внешний вид и тратить деньги на дорогие товары — *yummy*.

2. «Средний возраст» — в данную группу нами были включены неологизмы с компонентом *middle age*: *MAMIL — a middle-aged man who is a devotee of cycling or some other sport that requires or encourages the wearing of Lycra* [мужчина среднего возраста, увлеченный велоспортом или каким-либо другим видом спорта, подразумевающим ношение лайкры]; *grey gapper — people who are 55 and over, and who have decided to take a gap year* [люди в возрасте 55 лет и старше, принявшие решение взять годовой перерыв на работе]; *midult — someone, especially a woman, in the middle stage of adulthood who has interests more associated with those of younger people* [(особ.) женщина среднего возраста, чьи интересы больше связаны с интересами молодых людей].

Данные неологизмы принадлежат разным видам дискурса и описывают увлечения, хобби и стиль жизни людей среднего возраста (*a devotee of cycling or some other sport* — любитель велоспорта или какого-либо другого вида спорта; *people who are 55 and over, and who have decided to take a gap year* — люди в возрасте 55 лет и старше, решившие взять годовой перерыв; *a woman in the middle stage of adulthood who has interests more associated with those of younger people* — женщина, находящаяся в среднем возрасте и имеющая интересы, больше связанные с интересами молодых людей).

Некоторые неологизмы указывают на интересы, которые свойственны более молодому поколению (*interests more associated with those of younger people* — интересы, больше связанные с интересами молодых людей; *interests and attitudes are traditionally thought to be those of younger women* — интересы и взгляды, традиционно присущие молодым женщинам).

Заключение

Постоянный интерес к изучению неологических единиц связан с их важной ролью, которую они играют в обществе, указывая на изменения языка по отношению к происходящим событиям под влиянием лингвистических и экстралингвистических факторов.

Впервые в рамках англоязычного неологического дискурса было проведено комплексное исследование новых слов с темпоральной семантикой, в результате чего нами было выделено пять тематических групп (типы воздержания;

праздники, дни недели, названия месяцев; экономика и экология; номинация поколений; возраст человека).

Отдельно отметим важность присутствия темпоральных компонентов, несущих лингвокультурологическую нагрузку (название праздников *Christmas* и *St. Valentine's Day, Thanksgiving Day*), которые обеспечивают связь между темпоральными концептами и общепринятыми культурными символами, насыщают контекст дополнительным смыслом и эмоциональной окраской.

Анализ данных неологизмов позволил говорить об определенной образно-эстетической заряженности данных неологизмов в англоязычном дискурсе, об их несомненной значимости в структуре создаваемых ими образов, а также о субъективной оценке времени носителями языка. Изучая внутреннее и внешнее восприятие мира, «человек осваивает все новые аспекты бытия и вместе с тем все новые аспекты времени, так как время представляет собой общий кадр, в котором имеет место бытие и всякое бытие может переходить во время и время может переходить в различные формы бытия» (Гак, 1997, с. 124). В языковой картине мира время занимает «определенное ноэтическое поле», иначе называемое семантическим пространством времени (Гак, 1997, с. 122). Образование и существование данных неологических единиц в англоязычном дискурсе говорит об их значимости при отражении национально-культурных особенностей мировосприятия и системы ценностных отношений.

Список источников

1. Grushina, Natalia. (2020). Concept of time in language and text (contextual time markers). *JĘZYKOZNAWSTWO*, 1(14), 143–149. https://doi.org/10.25312/2391-5137.14/2020_09ng
2. Болдырев, Н. Н. (2018). Антропоцентризм пространства и времени как форм языкового сознания. *Когнитивные исследования языка*, вып. XXXII, 26–35.
3. Бондаренко, Е. В. (2009). Категория «время» как параметр изучения языковой системы. *Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования: языки и специальность*, (2), 34–38.
4. Бронник, Л. В. (2020). Категория пространства в языке и науке о языке. *Гуманитарные и социальные науки*, (5), 2–13.
5. Гак, В. Г. (1997). Пространство времени. Логический анализ языка. *Язык и время* (с. 122–130). Индрик.
6. Гуревич, А. Я. (1969). Время как проблема истории культуры. *Вопросы философии*, (3), 105–116.
7. Михеева, Л. Н. (2006). *Время как лингвокультурологическая категория*. Флинта: Наука.
8. Арутюнова, Н. Д. (1997). Время: модели и метафоры. *Логический анализ языка. Язык и время* (с. 51–61). Индрик.
9. Кудрявцева, И. П. (2017). Выражение субъективного восприятия времени фразеологическими единицами современного английского языка (на материале художественной литературы). *Вестник ТГПУ*, 10(187), 96–102.
10. Токарев, Г. В. (2024). О лингвокультурологической интерпретации проблемы идентичности. *Тулеский научный вестник. Серия: История. Языкознание*, вып. 2(18), 69–75. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-2-69-75>

11. Berger, Peter L., & Luckmann, Thomas. (1967). *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Doubleday & Company, Inc.
12. Lemos, Ramon M. (1995). *The Nature of Value: Axiological Investigations*. University Press of Florida.
13. Smith, Sarah. (2017). Heidegger's Notion of Being: A Phenomenological Perspective. *Journal of Existential Philosophy*, 15(2), 35–52.
14. Абросимова, Л. С. (2011). Неологизмы как фактор изменения языковой картины мира. *Вопросы когнитивной лингвистики*, 1(26), 106–110.
15. Зенина, И. Н. (2019). Когнитивные и прагматические факторы образования новых слов в английском языке. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 12(3), 23–27.
16. Катермина, В. В., & Липириди, С. Х. (2021). *Прагматико-аксиологический потенциал сетевых английских неологизмов туристического дискурса*. Кубанский государственный университет.
17. Кондрашева, Е. В. (2019). Новая лексика языка интернета: способы образования, причины появления. *Эпоха науки*, (18), 134–139.
18. Криворучко, И. С. (2022). Неологическая метафора как изобразительное средство современной деловой коммуникации. *Вестник Костромского государственного университета*, 28(2), 224–227. <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2022-28-2-224-227>
19. Самойлова, А. В. (2023). Англоязычные политические неологизмы: от семантики к прагматике использования. *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация»*, 21(1), 145–159.
20. Мелерович, А. М., Мокиенко, В. М., & Якимов, А. Е. (2024). Фразеология, репрезентирующая космический хронотоп в пространстве русской поэтической картины мира (с использованием материалов словаря «Фразеологизмы в русской поэзии XIX–XXI вв.»). *Вестник Костромского государственного университета*, 30(3), 114–132. <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2024-30-3-114-132>

References

1. Grushina, Natalia. (2020). Concept of time in language and text (contextual time markers). *JĘZYKOZNAWSTWO*, 1(14), 143–149. https://doi.org/10.25312/2391-5137.14/2020_09ng
2. Boldyrev, N. N. (2018). Anthropocentrism of space and time as forms of linguistic consciousness. *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, vyp. XXXII, 26–35. (In Russ.).
3. Bondarenko, E. V. (2009). The category «time» as a parameter for studying the language system. *RUDN Journal of Language Education and Translingual Practices*, (2), 34–38. (In Russ.).
4. Bronnik, L. V. (2020). Category of space in language and the science of language. *Gumanitarnye i social'nye nauki*, (5), 2–13. (In Russ.).
5. Gak, V. G. (1997). Space of Time. Logical Analysis of Language. *Yazyk i vremya* (p. 122–130). Indrik. (In Russ.).
6. Gurevich, A. Ya. (1969). Time as a problem of the history of culture. *Voprosy'filosofii*, (3), 105–116. (In Russ.).
7. Mikheeva, L. N. (2006). Time as a linguacultural category. Flinta: Nauka. (In Russ.).
8. Arutyunova, N. D. (1997). Time: models and metaphors, *Yazy'k i vremya* (p. 51–61). Indrik. (In Russ.).

9. Kudryavtseva, I. P. (2017). Expression of subjective perception of time by phraseological units of the modern English language (based on fiction). *TSPU Bulletin*, 10(187), 96–102. (In Russ.).
10. Tokarev, G. V. (2024). On the linguacultural interpretation of the problem of identity. *Tul'skij nauchny'j vestnik. Seriya: Istorija. Yazy'koznanie*, vy'p. 2(18), 69–75. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2024-2-69-75> (In Russ.).
11. Berger, Peter L., & Luckmann, Thomas (1967). *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Doubleday & Company, Inc.
12. Lemos, Ramon M. (1995). *The Nature of Value: Axiological Investigations*. University Press of Florida.
13. Smith, Sarah. (2017). Heidegger's Notion of Being: A Phenomenological Perspective. *Journal of Existential Philosophy*, 15(2), 35–52.
14. Abrosimova, L. S. (2011). Neologisms as a factor in changing the linguistic picture of the world. *Issues of Cognitive Linguistics*, 1(26), 106–110. (In Russ.).
15. Zenina, I. N. (2019). Cognitive and pragmatic factors in the formation of new words in the English language. *Philological Sciences. Issues of Theory and Practice*, 12(3), 23–27. (In Russ.).
16. Katermina, V. V., Lipiridi, S. Ch. (2021). Pragmatic and axiological potential of network English neologisms of tourist discourse. *Kubanskij gos. un-t.* (In Russ.).
17. Kondrasheva, E. V. (2019). New vocabulary of the Internet language: methods of formation, reasons for the emergence. *Epoha nauki*, (18), 134–139. (In Russ.).
18. Krivoruchko, I. S. (2022). Neological Metaphor as a Visual Means of Modern Business Communication. *Tul'skij nauchny'j vestnik. Seriya: Istorija. Yazy'koznanie*, vy'p. 28(2), 224–227. <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2022-28-2-224-227>. (In Russ.).
19. Samoylova, A. V. (2023). English-language political neologisms: from semantics to pragmatics of use. *NSU Vestnik. Series «Linguistics and Intercultural Communication»*, 21(1), 145–159. (In Russ.).
20. Melerovich, A. M., Mokienko, V. M., & Yakimov, A. E. (2024). Phraseology representing the cosmic chronotope in the space of the Russian poetic picture of the world (using materials from the dictionary «Phraseologisms in Russian poetry of the XIX–XXI centuries»). *Vestnik of Kostroma State University*, 30(3), 114–132. <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2024-30-3-114-132> (In Russ.).

Информация об авторе

Вероника Викторовна Катермина — доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии Кубанского государственного университета.

Information about the author

Veronika V. Katermina — PhD (Philology), Professor, Professor of English Philology Department, Kuban State University.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflict of interest.