

**Буряк Наталья Юрьевна****Buryak Natalya Yurievna**

кандидат культурологии, доцент кафедры технологий сервиса и деловых коммуникаций Академии маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ

PhD in Cultural Studies, Associate Professor, Service Technologies and Business Communication Department, Academy of Marketing and Social Information Technologies

## АГНОНИМЫ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ОБЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ЯЗЫКЕ

## AGNONYMS AS A SOCIOCULTURAL ELEMENT OF COMMUNICATION IN THE MODERN LANGUAGE

### Аннотация:

В статье рассматривается лингвистическое явление агнонимии, анализируются условия применения данных слов и словосочетаний в современной разговорной речи. Приводятся некоторые примеры из исторических исследований в качестве иллюстрации означенного явления. Большое внимание уделяется проблемам языковой культуры современного поколения, испытывающей на себе влияние популярной культуры и сети Интернет. Выявлена проблема резкого снижения употребления людьми слов и оборотов родного (в частности, русского) языка, которые все чаще заменяются заимствованными, в основном англицизмами. Это происходит вследствие влияния современной мультязычной культуры, сформировавшейся в ходе общения интернет-пользователей из разных стран мира. Анализируются основы молодежной языковой культуры, показано отношение молодых людей к лингвистическим явлениям, в частности агнонимии, в контексте культуры современного общества.

### Ключевые слова:

агнонимы, лакунарность, мем, язык, речевая коммуникация, языковая личность, современная культура, молодежная языковая культура, заимствования.

### Summary:

The research deals with the linguistic phenomenon of agnonyms and analyzes the applicability of these words and phrases in modern colloquial speech. The author reviews several historical studies to illustrate the above-mentioned category. The emphasis is placed on the modern youth language culture affected by popular culture and the Internet. The research highlights a rising trend towards failure to use native words and phrases (in particular, Russian ones) which are increasingly replaced by borrowings such as Anglicisms. This is the result of the influence of the modern multilingual culture generated by Internet users around the world during communication. The study analyzes the basics of youth language culture and demonstrates the attitude of young people to agnonyms and other linguistic phenomena in the context of the culture of present-day society.

### Keywords:

agnonyms, lexical gaps, meme, language, speech communication, linguistic identity, modern culture, youth language culture, borrowings.

Проблема агнонимии глубоко укоренилась в психолингвистике. Определение реальных границ и качественных характеристик словарного запаса носителя языка, соотношения его активной и пассивной частей является актуальной научной задачей, решение которой позволит спрогнозировать степень восприятия различных типов текстов, ситуаций, возникающих при общении представителей разных языковых групп. В частности, подобное актуально для ряда стран Европы ввиду специфики их исторического и территориального развития (например, Финляндия, Швеция) [1].

Наиболее актуальным в настоящее время является изучение активной, или используемой, лексики индивида, которая обеспечивает его повседневное языковое существование и функционирование в обществе.

Агнонимы – малоизвестные или неиспользуемые единицы языка (слова или словосочетания), практически непонятные для его носителей. В большинстве своем они являются диалектными, т. е. привязаны к определенному историческому периоду или связаны с одной территорией или местом проживания определенного социума с конкретным языком общения.

Агнонимы характеризуют словарный запас индивида в любой момент его развития, а также развития общества с точки зрения информационной коммуникации. Их количество может быстро уменьшаться с течением времени и ростом образовательного и интеллектуального потенциала человека. В то же время элементы пассивного словаря, которые не используются в течение определенного времени, могут полностью уйти из поля зрения лингвиста как неактуальные или быть заменены современными синонимами. Подобное уже наблюдалось в 1960–70-е гг., когда космическая эра и появление компьютеров породили множество новых слов и обозначений. Через некоторое время ввиду распространения компьютеров многие старые понятия постепенно заменились новыми [2].

Приведем некоторые примеры агнонимов из пособия «Словарные агнонимы русского языка» под редакцией Я. Вавжинчика (Варшава, 2007):

- 1) прерогатива – преимущество или исключительное право в силу положения;

- 2) суггестия – внушение или воздействие на психику, вызывающие несвойственные личности поступки и решения;
- 3) узуальный – обычный или общепринятый;
- 4) аффилированность – возможность влияния на процессы в силу сопричастности.

Перечисленные агнонимы не являются полностью неиспользуемыми и вполне могут применяться в современном языке. Отметим здесь, что агнонимы подразделяются на некоторые группы. Так, представленные ранее агнонимы относятся к группе специальных терминов, обозначающих определенное действие или принадлежность к чему-то.

Большую часть агнонимов составляют архаизмы – устаревшие слова, вышедшие из употребления либо с течением времени замененные синонимами. Слова «аз», «злато», «зело», «очи», «молвить» и подобные им неактуальны для современного языка, но их все равно можно успешно использовать: например, в художественной исторической литературе или переводах археологических памятников культуры (летописей, икон) со старославянского на современный или более архаичный по звучанию.

В разряд архаизмов попадают старинные воинские и гражданские звания и географические названия. Многие из них могут существовать и сегодня, однако, в силу незнания их большинством обывателей и существования другого общества, отличного от носителей термина, данные термины могут восприниматься как абсолютно чужие для современного читателя. Научная историческая литература изобилует примерами подобных слов.

Приведем отрывок из книги О.В. Соколова «Битва трех императоров: Наполеон, Россия и Европа. 1799–1805 гг.»: «Согласно условиям этого соглашения вюртембергский курфюрст должен был выставить 7 тыс. солдат для войны с Австрией» [3, с. 226]. Неподготовленный читатель вряд ли знает о значении слова «курфюрст», хотя из контекста понятно, что это звание или титул. «Вюртембергский» означает местоположение или принадлежность курфюрста к данной местности. Обращение к специальным источникам проясняет ситуацию: курфюрст – германский князь, за которым закреплено право избрания императора, а Вюртемберг – местность в Северной Германии начала XIX столетия.

В этом отрывке также отражается проблема лакунарности в процессе перевода текста с одних языков на другие: первоначальный смысл может измениться или слово может преобразиться до еще более непонятного по значению. Лакунарность – явление, при котором для конкретного слова в одном языке крайне сложно найти эквивалент в другом. В этом случае отметим, что переводчики, ученые и лингвисты, работающие с материалами архивов на иностранных языках или с археологическими находками, должны обладать огромным профессионализмом, чтобы в точности передать смысл сообщения.

Интересно явление лакунарности в контексте современного общества. Существование интернета и социальных сетей обеспечивает постоянную коммуникацию между людьми, даже если пользователи не общаются друг с другом напрямую. Рекламные объявления, рассылки на электронную почту, новости в социальных сетях и на специальных сайтах, материалы видеохостингов являются средством общения и переноса языковой и зрительной информации. Интернет-пользователи из разных стран постоянно контактируют между собой: формируются сообщества по интересам, где обсуждаются новости и происходит живое общение с помощью языковых средств, «мемов» и другой популярной молодежной интернет-атрибутики. Все перечисленное может облегчить процесс изучения молодежью (в частности, российской) английского языка.

Понятие «мем» впервые было использовано Р. Докинзом в книге «Эгоистичный ген». Оно трактовалось автором как единица культурной информации или, точнее, как информация, функционирование которой имеет поведенческие проявления [4].

В современном обществе под этим словом понимают именно интернет-мемы. Явления лакунарности, агнонимии и эрративности (нарочного искажения написания слова, также относится к агнонимии) присутствуют в них довольно часто. В частности, популярно искажение значений слов и предложений при переводе. Интернет-пользователи часто заимствуют значения слов из других языков, используя при этом транслитерацию. Агнонимы встречаются в исторических мемах (например, интернет-сообщество «Страдающее Средневековье»).

Таким образом, в современном языке агнонимы выступают прежде всего средством описания исторических событий, явлений. Это могут быть как научные исторические работы, лингвистические исследования, так и художественная литература. Другая сфера их бытования – интернет, где они служат лексическими единицами в сообщениях юмористической направленности.

Агнонимы встречаются в фильмах и других произведениях культуры. Они используются не по прямому своему назначению, а в научных, документальных целях, иногда для ироничной оценки событий прошлого и настоящего.

В современном информационном обществе языковая личность имеет тенденцию к постоянному изменению. Все значения слов могут меняться. Возможно, при этом не теряется общая

суть, но в зависимости от ситуации у слова появляются новые оттенки смысла (например, в результате создания новых мемов или речевых оборотов в интернет-сленге). Постепенно язык обогащается за счет интернета. Вместе с тем молодые люди все чаще говорят между собой на современном сленге, и не исключено, что в будущем агнонимы станут привычными для нас сегодня слова и выражения. Например, слово «новичок» может быть заменено словом «нуб» и перейти в разряд агнонимов.

Выход слов и их значений из употребления – обычное явление в истории языка, которое и обеспечивает существование агнонимов. Однако в наше время эта тенденция ускоряется. Большое число современных слов в последние несколько десятилетий были заимствованы из иностранных языков, при этом их русские синонимы практически не употребляются. В современных условиях замена слов русского языка иностранными синонимами кажется обычным явлением, но вызывает опасение тот факт, что слова, которые употребляются сегодня, возможно, забудутся через два-три десятилетия в результате научно-технического прогресса, способствующего заимствованию иностранных слов. Современное поколение будет этому свидетелем. Агнонимы станут те слова, которые сегодня мы считаем современными.

Таким образом, термин «агнонимы» очень удачен с точки зрения терминологии, социолингвистики и может использоваться в программах преподавания различных языковых и смежных языковых дисциплин. Он передает индивидуально-личностные признаки общества в лексиконах носителей языка, а также позволяет выявить области агнонимической активности, характерные для современной языковой личности, связанные с процессами, происходящими в современном информационном обществе.

Агнонимы отражают отношение личностей разных исторических периодов к бытующей лексике. Современные программы для анализа индивидуальной лексики позволяют обнаруживать лакуны в словаре личности, определять соотношение полных и частичных агнонимов, выявлять различные области «коммуникативного риска», связанные с возможным недопониманием других людей.

Агнонимы, являясь значимой характеристикой лексического словаря индивида, определяют речевой портрет как отдельной языковой личности, так и общества в целом.

#### **Ссылки:**

1. Dorren G. *Lingo: A Language Spotter's Guide to Europe*. L., 2014. 305 p.
2. Gussenhoven C., Jacobs H. *Understanding Phonology*. 3<sup>rd</sup> ed. L.; N. Y., 2015. 298 p.
3. Соколов О.В. Битва трех императоров: Наполеон, Россия и Европа. 1799–1805 гг. СПб., 2019. 656 с.
4. Докинз Р. Эгоистичный ген. М., 2013. 512 с.

#### **References:**

- Dawkins, R 2013, *The Selfish Gene*, Moscow, 512 p., (in Russian).  
Dorren, G 2014, *Lingo: A Language Spotter's Guide to Europe*, London, 305 p.  
Gussenhoven, C & Jacobs, H 2015, *Understanding Phonology*, 3<sup>rd</sup> ed., London, New York, 298 p.  
Sokolov, OV 2019, *The Battle of the Three Emperors: Napoleon, Russia and Europe. 1799-1805*, St. Petersburg, 656 p., (in Russian).