

ЛИНГВИСТИКА. ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

УДК 811.112.2

**НЕОЛОГИЗМЫ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ: ЯЗЫК ИНТЕРНЕТА
И IT-ИНДУСТРИИ****А. В. АНАЦКО****(Представлено: И. В. ЛОГВИНОВА)**

Статья посвящена исследованию неологизмов в области интернет-технологий и цифровых коммуникаций, возникших в немецком языке на протяжении 1990-х – 2010-х гг.. Неологизмы рассматриваются как маркеры языковых изменений, отражающие технологические и культурные трансформации. Анализируются различные подходы к классификации неологизмов. Исследуются заимствования и семантические неологизмы указанного периода. Уделяется внимание влиянию на формирование новых лексических единиц таких явлений, как цифровизация и глобализация, описывается роль неологизмов в адаптации языка к изменяющимся коммуникативным условиям. Делается вывод о значимости неологизмов как инструмента развития языковой системы.

Ключевые слова: неологизмы, семантические изменения, заимствования.

Abstract. *The article is devoted to the study of neologisms in the field of Internet technologies and digital communications that emerged in the German language during the 1990s - 2010s. Neologisms are considered as markers of language changes, reflecting technological and cultural transformations. Various approaches to the classification of neologisms are analyzed. Borrowings and semantic neologisms of the specified period are studied. Attention is paid to the influence of such phenomena as digitalization and globalization on the formation of new lexical units, the role of neologisms in the adaptation of language to changing communicative conditions is described. A conclusion is made about the significance of neologisms as a tool for the development of the language system.*

Keywords: neologisms, semantic changes, borrowings.

Каждая языковая система обладает уникальной структурой и рассматривается как самостоятельный объект теоретической лингвистики. Однако язык не существует в изоляции от своих носителей – людей. Появление новых слов связано с человеческой деятельностью, а также с межкультурными взаимодействиями, в процессе которых заимствования адаптируются в родном языке. Появление неологизмов – это прямое свидетельство языковых изменений, фиксирующее новые реалии и трансформации в обществе. Как отмечает С. И. Алаторцева, «неологизмы, являясь важной частью лексической динамики языка, выступают как маркеры изменений в общественном сознании и социальном контексте. Они служат не только отражением технологических и культурных трансформаций, но и индикаторами адаптации языка к новым реальностям и коммуникационным потребностям» [1].

Исследованию неологизмов посвящены работы многих лингвистов. Интерес представляют такие вопросы, как лексические изменения и их причины (Т. О. Анохина) [2], классификация неологизмов (Е.И. Михеева) [3], лексикографические особенности новых слов (М. Кинне) [4] и другие. Современные исследования рассматривают роль глобализации и технологий в обогащении словарного запаса языка (Ю.А. Мельник) [5].

Согласно лингвистическому энциклопедическому словарю, неологизмами являются «слова, значения или сочетания слов, появившиеся в определенный период в языке или использованные один раз в тексте или акте речи» [6]. Термин «неологизм» был введен в язык в XVIII веке, в 1755 году, во французском языке, а затем заимствован в английский, где стал обозначать как новые слова, так и инновации в употреблении языка. Этимология слова «неологизм» восходит к древнегреческим словам «neos» (новый) и «logos» (слово), что подчеркивает, что речь идет именно о новых языковых единицах.

Е.В. Розен предлагает руководствоваться следующими критериями для оценки лексических инноваций и идентификации неологизмов в немецком языке:

- а) большое количество регистраций;
- б) разнообразие источников и жанров, в которых зафиксировано слово;
- в) независимость номинации;
- г) наличие словообразовательных дериватов разного рода, возможных употреблений (образных, метонимических, разложений внутренней формы, грамматических), свидетельствующих об освоенности инновации языковым сознанием [7].

Существует несколько классификаций неологизмов. Так, Р. Клаппенбах и В. Штайниц выделяют заимствованные или искусственно созданные слова (*Computer, Cartoon*); новообразования – слова, созданные из уже существующих лексем и аффиксов в новых комбинациях (*Farbfernsehnetz, Fotomodell, Hitparade*); семантические неологизмы – слова, приобретшие новые значения (*Hexe* – подъемное устройство; *Mixer* – специалист, смешивающий звуки) [8].

Немецкие лингвисты выделяют следующие категории неологизмов:

1. Новые лексемы, которые обладают новым содержанием, формой и значением и дают наименования новым явлениям объективной реальности. Они могут возникать в результате научных открытий, культурных изменений или заимствований из других языков, отражая современные реалии (*Selfie, Hashtag*).

2. Новые формативы – новые обозначения, представляющие собой новый звуковой комплекс для предметов, уже имеющих названия, например, *Raumpflegerin* вместо *Reinemachefrau*. Они расширяют синонимические ряды.

3. Новые семемы – новые значения, появляющиеся у уже существующих в языке слов под воздействием изменений в обществе, культуре, науке или технике (*Mauer* – в значении «Берлинская стена», ставшая символом разделения Германии) [9].

Материалом нашего исследования послужили более 300 неологизмов в области интернет-технологий и цифровых коммуникаций, возникшие в период с 1990-х по 2010-е годы и зафиксированные в словаре неологизмов немецкого языка на лексикографическом онлайн-портале института немецкого языка в Мангейме [10]. Среди них количество новых лексем значительно превышает количество новых значений (около 80% и 10% соответственно).

1990-е годы характеризуются бурным развитием интернета и компьютерных технологий, что обусловило появление новых лексем, связанных с данной сферой деятельности. Приведем некоторые примеры:

а) *WWW (World Wide Web)* – заимствование из английского языка, обозначающее глобальную систему, обеспечивающую доступ к взаимосвязанным документам посредством Интернета;

б) *virtuell* – прилагательное (англ.), которое широко используется для описания технологий виртуальной реальности, таких как виртуальные среды или интерфейсы;

в) *online* – прилагательное или наречие (англ.) в значении «находящийся в сети»;

г) *offline* – прилагательное или наречие (англ.), означающее статус пользователя «не в сети»;

д) *updaten* – глагол, образованный от английского *to update*, расширивший свое значения от «обновления ПО» до описания любых действий, связанных с обновлением;

е) *chatten* – глагол от английского *to chat*, означающий общение в режиме реального времени через Интернет;

ж) *emailen* – глагол, образованный от английского *electronic mail*, который обозначает отправку электронных писем;

з) *der Spam* – существительное, заимствованное из английского, которое обозначает нежелательные или массовые рекламные сообщения, отправляемые по электронной почте или в других цифровых каналах;

и) *der MP3-Player* – существительное, заимствованное из английского, обозначающее портативное устройство для проигрывания музыки в формате MP3.

2000-е годы отмечены активным развитием мобильных технологий, повсеместным использованием интернета и цифровой трансформацией, что отразилось на лексическом составе языка. В этот период возникли, например, следующие неологизмы:

а) *chippen* – от английского *to chip* «вставлять чип, внедрять»;

б) *RFID* – аббревиатура от *Radio-Frequency Identification*, является техническим термином, обозначающим технологию;

в) *nano-* – префикс, обозначающий микроскопические масштабы, часто используется в сложных словах (например, *Nanotechnologie*);

г) *viral* – прилагательное, заимствованное из английского языка, описывающее явления, которые быстро распространяются, например, вирусный контент в интернете;

д) *die Cloud* – существительное, заимствованное из английского языка, обозначает облачное хранилище;

е) *die Generation Facebook* – фразеологизм, обозначающий возрастную группу молодых людей, для которых Интернет и, в частности, общение через социальные сети являются само собой разумеющимся;

ж) *der Hotspot* – существительное, заимствованное из английского языка, обозначающее точку доступа;

з) *WLAN* – аббревиатура от *Wireless Local Area Network*, обозначающая стандарт беспроводной связи.

Для 2010-х годов характерно развитие социальных сетей, интернет-культуры и мобильных приложений. Приведем примеры неологизмов, зафиксированных в данный период:

- а) *viral gehen* – «становиться распространяющимся в интернете»;
- б) *Katwarn* – система предупреждения о катастрофах (сокращение слов «*Katastrophe*» и «*Warnung*»);
- в) *der Digitalgipfel* – ежегодный конгресс в Германии, где представители общества, бизнеса, политики и науки собираются для развития цифровизации;
- г) *die Kachel* – изначально обозначало плитку как строительный или отделочный материал для стен и полов, позднее существительное приобрело обозначение «плиток» на экране, отображающих информацию или доступ к приложениям;
- д) *stille SMS* – беззвучные смс-сообщения (от англ. *silent SMS*);
- е) *die Bezahlshranke* – барьер в виде ограничения доступа к платному контенту;
- ж) *der Youtuber* – ютубер, блогер платформы Ютуб;
- з) *der Flugmodus* – специальный режим на мобильных устройствах, который отключает все беспроводные соединения для безопасного использования устройств в полете.

Среди семантических неологизмов выявлены следующие виды изменения лексического значения слова.

1. Метафоризация – процесс переноса значения слова на основе сходства или аналогии между двумя объектами или явлениями, например:

- *die Adresse*: изначально обозначало физический адрес, но в современном контексте стало включать электронные адреса, например, E-mail или URL;
- *brennen*: означает процесс горения, но метафорически используется для обозначения записи данных на диск (сходство процесса);
- *das Netz*: первоначально обозначало физическую сеть (рыболовную или техническую), но стало метафорой для обозначения сети Интернет;
- *die Seite*: первоначально означало физическую страницу книги, а теперь применяется к веб-страницам;
- *die Wolke*: изначально облако в небе (природное явление), в настоящий момент означает «облачные технологии» или «облачное хранилище».

2. Метонимизация – процесс переноса значения слова на основе смежности или функциональной связи между объектами, например:

- *die Computeruhr* (компьютерные часы): отражает метонимическую связь между часами как устройством и компьютером, подчеркивая их функциональное единство в умных гаджетах;
- *die Registerkarte* (вкладка в браузере): термин заимствует значение из физических реестров или картотек, которые ранее использовались для систематизации, и переносит его на цифровую сферу;
- *die Bezahlshranke* (платёжная стена): исходное значение *Schranke* (барьер, ограждение) перенесено на барьер в виде ограничения доступа к платному контенту, что отражает функциональную метонимическую связь.

3. Генерализация – расширение значения слова, при котором оно начинает обозначать более широкий круг понятий. Генерализация позволяет применять слово в более универсальном контексте. К примеру, существительное *das Update* изначально обозначало обновление программного обеспечения, но в современном контексте с легкостью применяется к обновлению информации, статусов, данных и даже социальных медиа. Что касается глагола *updaten*, то он стал универсальным термином для описания любых действий, связанных с обновлением.

Метафоризация является наиболее распространённым типом семантического изменения, составляя 67% от всех случаев изменения значения, метонимизация составляет 20%, генерализация – 13%.

Среди неологизмов выявлены такие виды заимствований, как заимствованные слова, заимствованные значения и кальки. Заимствованное слово – это слово, заимствованное из другого языка, но адаптированное фонетически и орфографически под нормы немецкого языка, например, *das Update*. Заимствованное значение – это процесс, при котором немецкое слово начинает употребляться в новом значении, заимствованном из другого языка, но сохраняет свою прежнюю форму, например, *das Aufpoppen*. Изначально глагол *poppen* означал «всплывать» в физическом смысле. Однако в современном языке он стал использоваться в значении «всплывать» или «появляться» в контексте информации или объектов в виртуальном пространстве, например, «*Fenster poppen auf*» – «окна всплывают». Калька – это перевод заимствованного слова, например, существительное *der Biodrucker* является калькой английского *bioprinter* и обозначает 3D-принтер, производящий ткани из клеток (биопринтер).

Некоторые неологизмы представляют собой псевдоанглицизмы – слова, которые выглядят как заимствования из английского языка, но на самом деле являются искусственно созданными и не имеют

аналогов в английском языке, например, *das Handy* (мобильный телефон). Псевдоанглицизмы часто используются в маркетинге и рекламе для привлечения внимания.

Наибольшее распространение среди типов заимствований в исследованном материале имеют заимствованные значения (50%). Доля заимствованных слов составляет 30%. Псевдоанглицизмы и кальки встречаются реже, составляя 20%.

Анализ лексико-тематической группы неологизмов «Информационные технологии» в немецком языке подчеркивает значительное влияние глобализации и цифровизации на развитие языка. Неологизмы становятся неотъемлемой частью повседневной речи, что свидетельствует о процессе интеграции новых понятий и терминов в лексический запас немецкого языка. Этот процесс не только обогащает язык, но и демонстрирует его адаптивность и способность быстро реагировать на изменения в окружающем мире, делая его актуальным инструментом для общения в современном обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография : автореферат дис. доктора филологических наук : 10.02.01 / С. И. Алаторцева – СПб.: РАН, Ин-т лингв. исследований, 1999. – 40 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://irbis.gnpbu.ru/Aref_1999/Alatotseva_S_I_1999.pdf. – Дата доступа: 17.03.2025.
2. Анохина Т. О. Неологизмы в современных немецких интернет-ресурсах // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 15. – С. 691-695. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2016/96048.htm>. – Дата доступа: 17.03.2025.
3. Михеева Е. И. К вопросу классификации неологизмов в современном немецком языке // Теория языка и межкультурная коммуникация: электронный научный журнал. – 2007. – №1. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tl-ic.kursksu.ru/search-results>. – Дата доступа: 17.03.2025.
4. Kinne M. Neologismus und Neologismenlexikographie im Deutschen // Deutsche Sprache. – 1996. – №4. – S. 327-358. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3LAdQd>. – Дата доступа: 17.03.2025.
5. Мельник Ю. А., Штехман Е. А. К вопросу о статусе неологизма в современной лингвистике // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №2-1. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=21100>. – Дата доступа: 17.03.2025.
6. Котелова Н. З. Неологизмы // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энцикл., 1990. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tapemark.narod.ru/les/331b.html>. – Дата доступа: 17.03.2025.
7. Розен Е. В. На пороге 21 века. Новые слова и словосочетания в немецком языке / Е. В. Розен. – М.: Издательство «Менеджер», 2000. – 192 с.
8. Олышанский И. Г. Lexikologie: Die deutsche Gegenwartssprache : учеб. пособие для студентов лингвистических факультетов высших учебных заведений / И. Г. Олышанский, А. Е. Гусева. – М. : Издат. центр «Академия», 2005. – 416 с.
9. Herberg D. Neuer Wortschatz. Neologismen der 90er Jahre im Deutschen / D. Herberg, M. Kinne, D. Steffens. – Berlin / New York : W. de Gruyter, 2004. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9783110902273_A20301573/preview-9783110902273_A20301573.pdf. – Дата доступа: 17.03.2025.
10. Лексикографический веб-портал OWID (Online-Wortschatz-Informationssystem Deutsch) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.owid.de/>. – Дата доступа: 17.03.2025.