



Неологизмы XXI века

Аннотация. В статье рассматриваются недавно возникшие в русском языке неологизмы, появившиеся в результате словообразовательной деривации, заимствования из других языков, контаминации двух слов или словосочетаний, а также смешения кириллического и латинского графического обозначения. Поясняется значение наиболее активно употребляемых с целью мотивации причин их внедрения. Отмечаются характерные словообразовательные особенности и формальные признаки данных новообразований. Также в статье неологизмы классифицируются по сферам употребления и источникам заимствования. Определяется обоснованность или необоснованность проникновения рассматриваемых иностранных слов в активный словарь большинства носителей русского языка.

Ключевые слова: заимствованная лексика; лексические и графические заимствования; неологизмы; обоснованность употребления неологизмов; причина возникновения неологизмов; словообразование; язык-источник.

Раздел: (05) филология; искусствоведение; культурология.

Для воспроизведения и закрепления новых понятий любой язык вынужден порождать новые лексические единицы. Чаще всего их рождение – это следствие иного восприятия действительности, необходимости обозначения возникшей реалии. В отдельных случаях они устраняют омонимию, а также более кратко обозначают возникшие в обществе понятия и явления.

В последнее время в русском языке наблюдается появление огромного количества неологизмов, интересующих лингвистов с семантической, грамматической, фонетической и даже графической сторон рассмотрения.

С внедрением нового слова возникает борьба двух тенденций: развития и сохранения языка. И только в результате полного освоения нового слова большинством носителей языка оно теряет статус неологизма.

Как известно, неологизмы появляются в результате *словообразовательной и семантической деривации*, а также *заимствования* из других языков. Обильное вторжение иноязычной лексики в современный русский язык вызывает некоторое волнение.

На современном этапе наиболее продуктивны англицизмы, которые охватывают почти все сферы деятельности человека. Заимствований из французского и немецкого языков значительно меньше, и пополняют они лишь некоторые сферы жизни людей.

Неологизмы в сфере экономики, торговли и производства.

Оф(ф)шор (от англ. offshore – находящийся далеко от берега, за пределами страны) – финансовый центр, привлекающий иностранный капитал путём предоставления специальных налоговых и других льгот иностранным компаниям, зарегистрированным в стране расположения центра, *оф(ф)шорные средства*.

Демпинг (от англ. dumping – сброс) – продажа товаров на внешних рынках по более низким, чем на внутреннем или мировом рынке, ценам с целью вытеснения конкурентов.

Девелоперская фирма (от англ. development – развитие, строительство, разработка) – организация, деятельность которой связана со строительством недвижимости либо ее приобретением (выкупом) с последующей модернизацией, реконструк-



цией в целях получения дохода от её эксплуатации или реализации. В настоящее время употребляются два варианта термина: *девелопмент недвижимости* по аналогии с англоязычным и краткий вариант – *девелопмент*, имеющий то же значение.

Фьючерс (от англ. futures – товары, закупаемые впрок) – вид сделки на фондовой или товарной бирже, проводимой на ещё не изготовленный товар.

Лизинг (от англ. leasing (to lease – сдать в аренду)) – вид долгосрочной аренды или кредитования техники, оборудования, товаров.

Фрахт (от нем. fracht – перевозка груза) – провозная плата за перевозку груза.

Хинтерланд (от нем. hinterland – внутренний район страны) – район, прилегающий к промышленному, торговому центру или порту.

Аукцион (от нем. auktion) – публичная распродажа.

Фура (от нем. fuhre – длинная телега для кладки - тяжелого груза) – большегрузный автомобиль или прицеп для междугородных и международных перевозок.

Девальвация (от нем. devaluation – обесценивание, переоценка в сторону уменьшения значимости чего-либо) – метод стабилизации валюты после денежной инфляции.

Опцион (от англ и нем. option, от лат. optio – выбор, желание, усмотрение) или опционный контракт – это договор, биржевая привилегия на получение товара в оговоренный срок.

Фальсификат (от нем. falsifikat - подделка) – поддельный продукт.

Карт-бланш (от фр. carte blanche – букв. белая/пустая карта, чистый бланк) – неограниченные полномочия, предоставленные доверителем доверенному лицу при осуществлении деловой операции от имени доверителя.

Неологизмы в сфере политики и государственного устройства

Аншлюс (от нем. anschluss – присоединение) – политика насильственного присоединения (например, Австрии Германией).

Брандер (от нем. brander) – судно-камикадзе, начинённое взрывчатыми и горючими веществами.

Муниципалитет (от нем. munizipalität – муниципалитеты) – орган местного самоуправления.

Нувориш (от фр. nouveau riche – новый богач) – человек из низкого сословия, быстро разбогатевший в период социальных перемен за счет разорения других.

Неологизмы в сфере компьютерных технологий

Гаджет (от англ. gadget – приспособление, прибор) – 1) несамостоятельное присоединяемое техническое устройство (например, bluetooth-адаптор, USB-модем, наушники с FM-радио). 2) техническое приспособление, чаще всего – новинка из области цифровой техники, обладающее повышенной функциональностью, но ограниченными возможностями.

Сайт (от англ. website: web – паутина, сеть и site – место, сегмент, часть в сети) – совокупность электронных документов (файлов) частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых под одним адресом (доменным именем или IP-адресом).

Файл (от англ. file) – проименованная область на носителе информации.

Софт (от англ. soft – мягкий, нежный, плавный, software – программное обеспечение) – комплекс программного обеспечения.

Фейк (от англ. fake – подделка) – второй или более зарегистрированный на ресурсе аккаунт одного человека.

Флэшка (от англ. flash – быстро промелькнуть; осенить, прийти в голову) – тип внешнего носителя информации для компьютера.



Редирект (от англ. redirect – переадресация, переназначение, перенаправление) – это когда пользователь, вбив ссылку одного сайта, автоматически перенаправляется на другой ресурс.

Сканер (от англ. scanner) – устройство, выполняющее преобразование изображений в цифровой формат – цифровую копию изображения объекта. Процесс получения копии называется **сканированием**.

Принтер (от англ. printer – печатник) – устройство печати цифровой информации на твердый носитель, обычно на бумагу.

Мэйл, имэйл (от англ. mail – почта, почтовая корреспонденция) – почта, электронная почта.

Репост (от англ. re – снова, ещё раз; post – сообщать, объявлять о чём-либо) – это повторная публикация какого-либо сообщения в пределах одного ресурса. Существует также дублет **перепост**.

IP-адрес (айпи-адрес, сокращение от англ. Internet Protocol Address) – уникальный сетевой адрес узла в компьютерной сети, построенной по протоколу IP.

Неологизмы в сфере средств коммуникации

Роуминг (от англ. roaming – распространение, возможность широкого использования), услуга связи с дальним и ближним зарубежьем.

Рингтон (от англ. ringtone, ring – звонок, звук, tone – музыкальное ударение) – мелодия, воспроизводимая на сотовом телефоне для оповещения о входящем вызове.

Прайм-тайм (от англ. prime-time – наиболее удобное, лучшее время) – 1) наиболее активное время телесмотра/радиослушания в период суток. Обычно реклама в это время стоит намного дороже, нежели в другое время. 2) Услуга мобильной связи, связанная с предоставлением услуг по выгодной цене в зависимости от времени.

Неологизмы в сфере гастрономии и быта

Ростер (от англ. roast – поджаривать) – жаровня, компактная электрическая печь для приготовления рыбы, мяса или овощей, а также горячих бутербродов или тостов, выпекания пирогов.

Тост (от англ. toast) – поджаренный или подсушенный тонкий ломтик хлеба. Отсюда **тостер** (от англ. toaster) – устройство с питанием от электросети, предназначенное для быстрого поджаривания плоских кусков хлеба.

Шейкер (от англ. shake – встряхивать, трясти) – сосуд для приготовления коктейлей, в котором все компоненты коктейля хорошо встряхиваются и перемешиваются.

Ноу-фрост (ноуфрост) (от англ. no frost. – без замораживания) – тип холодильного оборудования, не нуждающийся в механическом размораживании.

Гриль (от франц. griller – жарить) – устройство для жарки или выпечки с нагревом.

Фуршет (от франц. fourche – вилка) – совместный прием пищи, когда приглашенные едят стоя, свободно выбирая блюда и напитки.

Несессер (от франц. necessaire, букв. – необходимый) – набор предметов туалета. Коробка, шкатулка, футляр с мелкими принадлежностями для туалета, шитья и т. п.

Кофр (от фр. coffre – сундук, ящик; лат. corpinus – корзина, дорожная сумка; греч. κόβινος – корзина) – сундук, чемодан или дорожная сумка с несколькими отделениями.

Неологизмы в индустрии красоты, косметологии

Лифтинг (от англ. lifting – подъём, подтягивание) – косметологическая процедура, связанная с подтяжкой кожи.

Пилинг (от англ. peeling – отслаивание, шелушение, очищение, чистка) – очищение кожи.



Скраб (от англ. scrub – тереть, скрести, чистить, царапать) – крем для отшелушивания, очистки кожи лица, тела.

Шабер (от нем. schaber – скребок) – ручной режущий инструмент для маникюра с закруглённым лезвием.

Неологизмы в сфере культуры, искусства, театра, кино, индустрии развлечений

Клип (от англ. clip – газетная вырезка, фрагмент фильма; to clip – отсекать, отрезать) – непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров.

Сингл (от англ. single – одиночный) – грампластинка или кассета с записью песен одного автора или исполнителя; песня, записанная отдельно.

Ремейк (от англ. remake – переделывать) – новый вариант старой музыкальной записи; новая версия давней постановки старого фильма.

Реалити-шоу (реалити-телевидение) (от англ. reality-show, от reality – действительность, реальность и show – показ) – жанр телепередачи, в которой показывают реальную жизнь команды участников, круглые сутки находящихся в кадре видеокамеры.

Шоу-рум (от англ. show room – демонстрационная комната) – демонстрационный зал, где представлены образцы из коллекции одного или нескольких брендов.

Шлягер (от нем. schlager – удар; хит) – очень популярное произведение.

Аншлаг (от нем. anschlag – публичное объявление) – объявление в театре, цирке о том, что все билеты проданы.

Гран-при́ (от фр. Grand Prix – поощрение) – поощрение участников (главная премия) на крупнейших конкурсных мероприятиях в области культуры, науки, искусства и спорта.

Неологизмы в спортивной сфере

Боулинг (от англ. bowling < to bowl играть в шары) – спортивная разновидность кеглей.

Дайвинг (от англ. diving < dive – нырять) – подводное плавание.

Скейтборд (от англ. skate катание на коньках, скольжение и board доска) – катание на доске с роликами.

Сноуборд (от англ. snow снег и board доска) – катание на доске по снегу.

Сноублэйд (от англ. snowblade трюковые лыжи) – катание по снегу на небольших по размеру трюковых лыжах.

Шейпинг (от англ. shaping – придание формы) – вид гимнастики, специальный комплекс упражнений, физкультурно-оздоровительная система, цель которой – повышение тонуса, коррекция фигуры и улучшение функционального состояния организма женщины.

Шорт-трек (шорт-трековый, шорт-трекист, шорт-трекистка) (от англ. short track короткая дорожка) – скоростной бег на коньках на короткой дорожке.

Хавпайп (также хаф-пайп или хафпайп) (от англ. half-pipe половина трубы) – специальная вогнутая конструкция, в которой проходят соревнования по ряду видов спорта, с двумя встречными скатами и пространством между ними, позволяющее спортсменам двигаться от одной стены к другой, делая прыжки и выполняя трюки при каждом перемещении. Хавпайпом называется также сама дисциплина в этих видах спорта.

Маунтинбординг (от англ. mountain гора, board доска) – разновидность скейтбординга, у доски увеличены колеса, катание возможно по природному ландшафту.

Слоупстайл (от англ. slopestyle, slope склон (гора для катания), style стиль) – тип соревнований по таким зимним видам спорта, как фристайл, сноуборд, маунтинбординг, состоящий из выполнения серии акробатических прыжков на трамплинах, пирамидах, контр-уклонах, дропах, перилах и т. д., расположенных последовательно на всём протяжении трассы.



Могул (по одной из версий, происходит от слова *muḡl* на венском диалекте немецкого языка, означающего небольшой холм) – вид лыжного фристайла, состоящего в катании на горных лыжах по бугристому склону (по буграм, или могулам) и выполнении прыжков на трамплинах.

Скиатлон (от англ. *skiathlon* (лыжные гонки) > *slip along* мчаться) – технически сложная лыжная дисциплина. Первый отрезок пути спортсменки бегут классическим ходом, а на втором переходят на свободный стиль.

Цейтнот (от нем. *zeit* (цайт) – время и *not* (нот) – нужда) – недостаток времени на обдумывание ходов в шахматной или шашечной партиях.

Слово, ставшее больше употребительным в нейтральной речи в значении *очень сильно ощущаемый недостаток времени*.

Неологизмы в сфере рекламной деятельности, журналистики, моды

Пиар (от англ. сокр. *PR* (*public relation*) – связи с общественностью) – практика создания и внедрения в сознание людей привлекательного образа кого-, чего-либо. Также *пиар*... – первая часть сложных слов (ср.: *пиар-акция*, *пиар-технология* и пр.).

Медиа (от лат. *medium* – промежуточное, посредствующее, посредник) – средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории. Отсюда неологизмы *медиапланирование* (от англ. *media planning*) – стратегический процесс разработки рекламной активности бренда, товара или услуги; *медиастратегия* и др.

Тренд (от англ. *trend* – тенденция, уклон) – преобладающая тенденция, общее направление развития чего-л. (общественного мнения, моды и др.).

С точки зрения способов образования большинство неологизмов не вызывает особого интереса, т.к. преимущественно представляют собой копию дефиниции языка-источника, которой придали русский графический и фонетический облик.

Некоторые имеют в настоящее время графические, орфоэпические, словообразовательные дубликаты: *сноубордист*, *сноубордер* и *райдер*; *репост* и *перепост* и др. Причина прозрачна. Один из вариантов – это калька с языка-источника, второй – традиционное написание, произношение, словообразование в соответствии с законами русского языка.

Имеют место и орфографические дубликаты. Ср.: *оффшор* и *офшор*. Так, например, именно вариант *офшор* закреплён в свежих словарях. Тем не менее, некоторые интернет-источники сохраняют написание варианта-кальки. *Паралимпиада* и *параолимпиада*. Компонент *пара* происходит от греческого *para* (рядом). Филологи настаивают на варианте *параолимпиада*, т.к. он соответствует нормам русского языка. Однако в нормативных актах уже закреплено написание *паралимпиада*. От буквы *О*, видимо, пришлось избавиться, чтобы соответствовать международному названию – *paralympic games*.

Заемствованные слова-неологизмы легко распознаются по фонетическим и грамматическим приметам. Признаки немецких «пришельцев» – это сочетания *ау*, *ей*, начальные *шт*, *шп*, словосложение без соединительных гласных.

Англицизмы определяются по наличию в слове *дж* (*j/g*), *инг* (*ing*), *мен* (*m*) (*men(t)*), *ер* (*er*), *тч* (*(t)ch*), *ция* (*tion*).

Признаки заимствований из французского (галлицизмов) – это конечное ударное *–е(-э)*, *–и*, *–о*; конечное *–аж*, *–анс*.

В связи с огромным количеством заимствований немаловажным является вопрос об обоснованности внедрения в русский язык иностранных слов. Наиболее обоснованными являются неологизмы, которые рождены по внутрилингвистическим причинам: отсутствие эквивалентного слова в родном языке для обозначения нового



понятия или предмета; тенденция использовать одно слово вместо описательного оборота. Их появление закономерно. Но параллельно входят в употребление иностранные слова, обоснованность внедрения которых можно подвергнуть сомнению.

Рассмотрим некоторые.

Сейл (от англ. sale – распродажа) – распродажа.

HR-менеджмент (от англ. HR – human resources – человеческие ресурсы; management – управление, руководство, умение владеть) – одно из направлений современного менеджмента, нацеленное на развитие и эффективное использование кадрового потенциала организации. «Полурусский» вариант *кадровый менеджмент*.

Первый компонент слова употребляется также в словах *HR-компания*, *HR-дирекция* и пр. Человеку, далёкому от экономики, покажется использование, например, неологизма *HR-дирекция* необоснованным, т.к. существует в языке более привычное и понятное понятие *отдел кадров*. Но, по утверждению специалистов, отдел кадров – это лишь часть *HR*, занимающаяся лишь ведением кадрового делопроизводства и администрирования.

Рекрутинг (от англ. recruiting – наём, подбор персонала) – бизнес-процесс, являющийся одной из основных обязанностей HR-менеджеров или рекрутеров. Русской версией можно считать *подбор персонала*.

Рентабельный (от нем. rentabel – прибыльный) – оправдывающий расходы, приносящий прибыль, т. е. прибыльный.

Вариетет (от нем. Varietät – разнообразие) – разновидность. Слово, которое из узкой научной сферы стало проникать в речь журналистов, дикторов телевидения в контексте, далёком от зоологии и биологии (*Конкурсантами были представлены вариететы олимпийской символики*).

Апгрейд (от англ. upgrade – подъём, обновление) – обновление, модернизация компьютера.

Лайк, лайкнуть, лайкать (от англ. like – нравится) – используется на всех социальных проектах, что-то типа оценки нравится. Существует также *дизлайк*, то есть негатив. По-русски говоря, «нравится» / «не нравится».

Бренд (от англ. brand – (фабричная) марка, клеймо) – торговая марка, по которой покупатель узнаёт производителя данного товара.

Тендер (от англ. tender – предложение) – конкурентная форма отбора предложений на оказание услуг или выполнение работ по заранее объявленным условиям в оговоренные сроки на принципах состязательности и эффективности. Иными словами, *торги* – слово, которое существовало до возникновения нового и незаслуженно перешло в пассивный запас.

В русской речи последних лет наблюдается также необоснованная ассимиляция.

Ср.: *Отдыхать на пленэре* (от фр. *plein air* – на открытом воздухе).

Вечером они сделали променад (от фр. *promenade* – ходьба, прогулка).

Ты решила пойти на рандеву? (от фр. *rendez-vous* – встреча)

На курорте мы жуировали (от фр. *jouir* – наслаждаться).

Такие «словесные пируэты», видимо, возникают по экстралингвистическим причинам: языковой снобизм, мода, исторически обусловленный рост определенных социальных слоев, употребляющих новое слово с целью подчеркнуть свою «осведомлённость» и космополитичность. Со стороны это выглядит, безусловно, смешно. Особенно, когда вслед за подобными языковыми «изысками» следует что-то типа «звОнит, кремА, договорА, ихних, лАвит (рыбачит), заплатил кАргу (т.е. карго), лОЖИть, Ехай и др.».



В настоящее время огромное количество сложносоставных слов-неологизмов имеют комбинированное написание латиницей и кириллицей. Причина такого явления кроется, несомненно, в недостаточном освоении лексической системой русского языка «слов-кентавров» [1]: *IP-адрес, PR-технологии, Web-сайт, CD-диск VIP-мероприятие, bluetooth-адаптор, USB-модем, FM-радио* и др.

Одни сейчас функционируют исключительно в латино-кириллическом облике (*IP-адрес, bluetooth-адаптор*), другие – параллельно в латино-кириллическом и кириллическом (*sms-голосование, смс-голосовани*), третьи, к счастью, постепенно адаптируются и закрепляются в словарях в кириллическом оформлении, что свидетельствует об их окончательном освоении русским языком (*пиар, сидиром, вип*).

Немногочисленная группа неологизмов, сравнительно недавно вошедшая в русский язык, функционирует преимущественно в латинском оформлении: *second-hand, hand-made, Green Peace* и др.

Наиболее интересны с точки зрения словообразования новейшие неологизмы, рождённые языком рекламы, созданные из «родного материала»: *восхрустительный и замечательный*. Они представляют собой прилагательные, образованные путём контаминации двух слов или словосочетаний.

Так, в результате смешения прилагательного *восхитительный* и *хрустящий* родилось прилагательное *восхрустительный*. Родителями прилагательного *замечательный* можно считать прилагательное *замечательный* и глагол *мечтать*.

Причина возникновения этих слов, видимо, в оригинальной попытке привлечь внимание к рекламируемому товару. Такое «словотворчество», наверное, можно назвать интересным и даже остроумным, если оно из милой шутки не перейдёт в разряд общеупотребительной лексики.

Потёмкинский фуфлогон – (пренебр.) руководитель-очковтиратель. Выражение образовано контаминацией жарг. оборота *знать фуффло* (1. лгать, халтурить, обманывать; 2. продавать плохую, некачественную вещь, подделку) и *потёмкинские деревни* (фразеологизм, означающий «очковтирательство, показной блеск, скрывающий неблагополучное состояние чего-либо»).

Итак, основными причинами возникновения неологизмов, появляющихся в результате заимствований из других языков, несомненно, можно считать следующие: необходимость в номинации новых понятий и предметов; исторические контакты народов; экономия языковых средств; новаторство нации в какой-либо отдельной сфере деятельности; авторитетность языка-источника (что часто приводит к появлению интернациональных слов).

«Гостеприимный» русский язык охотно принимает в свой «дом» иностранные слова. Поскольку россияне продолжают контактировать с народами других стран в экономической, политической, культурной, научно-технической сферах, то процесс заимствования слов непрерывен и неизбежен. Следовательно, появление неологизмов закономерно. К такому языковому явлению можно относиться по-разному. Если употреблять заимствованное слово разумно, то оно обогащает речь, делая её выразительной и точной. В связи с этим вспоминаются слова В. Г. Белинского: «Какое бы ни было слово, своё или чужое, лишь бы выражало заключённую в нём мысль. Если чужое лучше выражает её, чем своё, давайте чужое...». При этом важно не утратить самобытность русского языка. Следовательно, «в статьях и выступлениях для широкой публики ... не надо создавать неологизмы, использовать новые иностранные слова, требующие перевода для большинства читателей или слушателей» [4], вытесняя русские слова иностранными. Вот с этим надо беспощадно бороться!



Ссылки на источники

1. Кнорре К. Наружная реклама. «Бератор-пресс», 2002. – 192 с.
2. Русский орфографический словарь РАН / Под ред. В. В. Лопатина, О. Е. Ивановой. – 4-е изд., испр. и доп. – М., 2012. – 896 с.
3. «Терминологический глоссарий XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014».– [sochi2014.blob.core.windows.net games/PDF/4_Curling.pdf](http://sochi2014.blob.core.windows.net/games/PDF/4_Curling.pdf).
4. Габ Гаревой. Сочинения на заданную тему. Русский язык, 21 век: новые заимствованные слова. – http://gab-garevoi.narod.ru/inoslova_v_russkom.html.
5. Справочно-информационный портал Грамота.Ру-русский язык для всех. – <http://www.gramota.ru>.
6. Википедия – свободная энциклопедия. – <http://ru.wikipedia.org>.

Angelica Galtseva,

candidate of Philology, associate professor of Russian Philology Chair at Tambov State Technical University, Tambov

angel30111974@yandex.ru

Neologisms of the XXI century

Abstract. This article discusses the recently emerged in Russian language neologisms that appeared as a result of word-formation derivation of borrowing from other languages, contamination of two words or phrases, as well as the mixing of the Cyrillic and Latin graphic notation. Explained the value of the most actively used in order to motivate the reasons for their introduction. And characteristic features of word-formation and formal data neologisms. The article also neologisms are classified by fields of use and sources of borrowing. Determined the validity / invalidity of entry of the foreign words in the active vocabulary of most native speakers of Russian.

Key words: adoption vocabulary, lexical and graphic adoptions, neologisms, sufficiency of usage of neologisms, the reasons of neologisms appearing, word-formation, language source.

Рекомендовано к публикации:

Горевым П.М., кандидатом педагогических наук, главным редактором журнала «Концепт»

ISSN 2304-120X



9 772304 1120142

2 5