

Научно-исследовательская работа по русскому языку

Неологизмы XXI века

## Содержание

Введение.....	3
1. Понятие и сущность неологизмов.....	5
2. Характеристика неологизмов XXI века.....	8
Заключение.....	15
Список литературы.....	16

## Введение

Актуальность данного исследования, а также выбор темы обуславливаются активными различными инновационными процессами в русском языке. Активное развитие языка, как правило, происходит в непрерывном постоянном противостоянии нового и старого. Особенно активно указанный процесс протекает непосредственно в сфере лексики.

За последнее время в связи с активным развитием культуры, науки, промышленности и техники в словарном определенном составе русского языка произошли перемены, которые выражаются в возникновении новых слов, различных словосочетаний, служащих названиями совершенно новых предметов, понятий и явлений. Неологизмы, которые стали единицами языка, постепенно входят в словари, непосредственно отражающие наиболее актуальное состояние лексики.

Лексику можно назвать наиболее подвижной частью языка, она постоянно обновляется и совершенствуется, вместе с тем она реагирует на различные изменения в окружающей действительности. Она активно развивается непосредственно вместе с жизнью. Так, за последние годы после распада СССР в словарном составе современного русского языка произошли существенные перемены: многие слова ушли, а многие вошли в определенный словарный состав. Данные изменения выражаются по большей части в возникновении новых слов, которые обладают временной коннотацией новизны.

Различные проблемы новообразований в настоящее время рассматриваются в рамках неологии, хотя в различных современных исследованиях под неологизмами принято понимать любые новые слова, как новообразования, так и заимствования.

Таким образом, в последние годы в русском языке можно наблюдать возникновение большого огромного количества различных неологизмов, которые интересуют лингвистов с грамматической, семантической,

фонетической, графической сторон рассмотрения. Непосредственно с внедрением совершенно нового слова возникает активная борьба двух тенденций: сохранения и развития языка. И лишь в результате полного освоения совершенно нового слова большинством носителей языка в итоге оно теряет статус неологизма. Неологизмы, как известно, возникают в результате семантической и словообразовательной деривации, заимствования из прочих языков. Активное вторжение определенной иноязычной лексики непосредственно в русский язык сегодня вызывает некоторое волнение. В данной ситуации изучение неологизмов XXI века представляет большой интерес.

Объектом исследования являются процесса развития и обогащения русского языка.

Предметом исследования являются неологизмы в русском языке.

Целью исследования является изучение понятия и сущности неологизмов XXI века.

Задачами исследования являются:

- рассмотреть понятие и сущность неологизмов;
- охарактеризовать неологизмы XXI века.

Структура исследования: содержание, введение, основная часть, заключение и список литературы.

## 1. Понятие и сущность неологизмов

Термин «новые слова» в настоящее время лингвистами трактуется совершенно по-разному. Данный термин объединяет различные индивидуально-авторские образования, совершенно новые слова и термины, которые получают широкое употребление.

К различным новообразованиям ряд ученых относят следующее<sup>1</sup>:

1) лексические инновации непосредственно в языке, которые являются номинативно обязательными обозначениями понятий и реалий;

2) лексические инновации непосредственно в речи (окказионализмы), которые представляют собой факультативные определенные обозначения понятий и реалий действительности.

При отнесении какого-либо слова непосредственно к неологизмам современные исследователи, как правило, учитывают локальный, хронологический, психолингвистический критерии, социальную значимость различных обозначаемых словом реалий, а также лексикографическую фиксацию или нефиксацию слова<sup>2</sup>.

Хронологический критерий (временной) указывает на существование неологизмов в определенный период языка и общества. Однако этот признак не может быть определяющим, так как восприятие слова является субъективным: то, что кажется одному новым, другому может казаться известным.

Локальный критерий (языковое пространство) определяет сферу функционирования новых слов в системе языка: язык вообще, данный национальный язык, литературный язык, подъязык и др.

Психолингвистический критерий (ощущение носителями языка новизны слова) – признак нестандартности слов. Неологизм понимается как

---

<sup>1</sup> Москалева М.В. Неологизмы и проблема их изучения в современном русском языке // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2008. – №80. – С. 246.

<sup>2</sup> Булавина Н.В. Понятие «Новое слово» в современной лингвистике // Вестник КГУ. – 2012. – №5. – С. 61.

языковая единица, не встречающаяся ранее в индивидуальном опыте носителя языка.

Степень важности характеристики социальных явлений и процессов определяют их социальную значимость. В этом случае неологизм - это слово, обозначающее новое явление или понятие.

В целом, под неологизмами мы понимаем образованные впервые новые слова, а также слова, известные в языке ранее, но употреблявшиеся ограниченно или ушедшие на какое-то время из активного употребления, а в настоящее время широко употребляющиеся. Неологизмы – это регулярно воспроизводимые единицы языка, еще сохранившие оттенок новизны.

К понятию «неологизм» имеется узкий и широкий подходы. Представители узкого подхода относят к неологизмам слова, возникшие для именованья новых реалий жизни (новые реалии – новые явления – новые слова) (А. А. Брагина, О. И. Ахманова, М. И. Фомина). Их точка зрения соответствует определению неологизма в «Словаре иностранных слов», где неологизмом считается слово или оборот речи, созданные для обозначения нового предмета или для выражения нового явления.

Другие лингвисты выделяют в качестве основного признака неологизма его абсолютную новизну (Р. А. Будагов, А. В. Калинин, Е. В. Розен, Н. М. Шанский и др.).

Некоторые исследователи считают главным при толковании термина «неологизм» временной критерий (В. В. Виноградов, Б. Н. Головин, Е. В. Розен, М. Н. Золотарева и др.) По мнению представителей данного направления, неологизмами являются слова, возникшие на памяти использующего их поколения. А поколения, по данным современной демографии, сменяются через 30 лет. Следовательно, согласно этой концепции, таков и срок пребывания нового слова в статусе неологизма. Но

это положение также можно отнести к спорному. Период вхождения неологизма в литературный язык может быть различным<sup>3</sup>.

В целом, важными критериями отграничения неологизмов от других инноваций языка являются, на наш взгляд, следующие:

- 1) номинативность (необходимость обозначения нового предмета или понятия);
- 2) новизна формы и/или содержания;
- 3) временной показатель (временные границы появления и существования нового слова в языке);
- 4) языковое пространство (сферы и жанры употребления).

Таким образом, как видно из анализа разных точек зрения на неологизм современных ученых-лингвистов, по-разному трактующих сущность данной сложнейшей языковой единицы, однозначного определения интересующего нас термина сегодня в неологии еще нет.

---

<sup>3</sup> Шалина Л.В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. – 2007. – №8. – С. 73.

## 2. Характеристика неологизмов XXI века

Процессы образования каких-либо новых слов, их непосредственно употребление в речи во все времена интересовали ученых. Сегодня на современном определенном этапе активного развития цивилизации, в целом, можно говорить о постоянном потоке различных неологизмов в связи с существенными изменениями окружающего мира, реальности, социума именно в плане постепенно нарастающего взаимодействия носителей различных языков, развивающихся технологий, которые требуют все большее количество новых наименований.

Все эпохи характеризуются специфическими различными особенностями в разных сферах жизни общества – социологии, экономике, политике и так далее. Можно сказать, что язык не является исключением. Если поверхностному анализу подвергнуть любой временной отрезок в прошлом до сегодняшнего дня, то можно выделить взаимосвязь лексического состава, а также особенностей, являющихся характерными для какого-либо конкретного периода, реальности того времени, его отражение в определенном словарном запасе.

В целом, если рассматривать эпоху XX века, то можно выделить важнейшие события, которые произошли в данный период. Прежде всего, в обществе происходили различные процессы изменения определенного мировоззрения по причине изменений во всех сферах социума. НТП, революции, войны, политические трансформации нашли свое отражение в языках, непосредственно в плане возникновения новых терминов и понятий.

Телефон, автомобиль, радио, самолеты, антибиотики, телевидение, холодильники, микрокомпьютеры и компьютеры, интернет и мобильные телефоны – данные термины когда-то были неологизмами, однако сегодня таковыми они не являются. Они перешли непосредственно в разряд современной общеупотребительной лексики.



Касаясь характеристики XXI века, то можно отметить тот факт, что на данный момент происходит активное наполнения, например, русского языка англоязычными словами. Данный процесс обуславливается стремительным развитием новейших технологий, совершения новых открытий и обнаружения новых свойств ранее уже известных веществ. Естественно, все это требует новых названий и новейшей терминологии. Вендинг, гуглить, дресс-код, мерчендайзер, ксерокс, айпад, айфон, клининг, ресепшн, фрик, нано технологии и так далее – все это пока что возможно считать неологизмами, но придет время и данные понятия перестанут быть таковыми<sup>4</sup>.

В настоящее время продуктивными являются англицизмы, охватывающие практически все области деятельности современного человека. Различных заимствований из немецкого и французского языков существенно меньше. Они пополняют некоторые области жизни людей.

Приведем примеры неологизмов в разных сферах жизнедеятельности, которые появились в XXI столетии.

Неологизмы в сфере торговли, экономики, производства.

Оф(ф)шор (от англ. offshore – находящийся далеко от берега, за пределами страны) – это финансовый центр, который привлекает иностранный капитал непосредственно путем предоставления специализированных налоговых и прочих льгот иностранным предприятиям, зарегистрированным вместе расположения центра, оф(ф)шорные средства.

Демпинг (от англ. dumping – сброс) – это продажа товаров непосредственно на различных внешних рынках по более низким, чем на мировом или же внутреннем рынке, ценам для вытеснения конкурентов.

Фьючерс (от англ. futures – товары, закупаемые впрок) – это вид сделки на товарной или же фондовой бирже, которая проводится на еще не изготовленный определенный товар.

---

<sup>4</sup> Тимашова Е.В. Неологизмы XX-XXI века и их роль в современном языке // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – №3 (46). – С. 259.

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

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

Неологизмы в сфере государственного устройства и политики.

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

Муниципалитет (от нем. munizipalitat – муниципалитеты) – это орган местного самоуправления.

Неологизмы в сфере современных компьютерных технологий

Гаджет (от англ. gadget – приспособление, прибор) – 1) несамостоятельное определенное присоединяемое техническое устройство (к примеру, USB-модем, bluetooth-адаптор, наушники с FM-радио). 2) техническое приспособление, новинка из сферы современной цифровой техники, которая обладает повышенной функциональностью, однако ограниченными возможностями.

Сайт (от англ. website: web – паутина, сеть и site – место, сегмент, часть в сети) является совокупностью электронных документов (файлов) организации или же частного лица в определенной компьютерной сети, которые объединены под одним некоторым адресом (доменным именем или IP-адресом).

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

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

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

Неологизмы в сфере современных средств коммуникации.

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

Прайм-тайм (от англ. prime-time – наиболее удобное, лучшее время) –

- 1) особенно активное время радиослушания и телесмотрения в период суток. Как правило, реклама в этот период времени стоит дороже, чем в другое время.
- 2) Услуга мобильной связи, которая связана с предоставлением различных услуг непосредственно по выгодной цене именно в зависимости от времени.

Неологизмы в сфере быта и гастрономии.

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

Шейкер (от англ. shake – встряхивать, трясти) – это сосуд непосредственно для приготовления различных коктейлей, где все основные компоненты коктейля тщательно перемешиваются и встряхиваются.

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

Неологизмы в индустрии косметологии и красоты.

Лифтинг (от англ. lifting – подъем, подтягивание) – это косметологическая процедура, которая связана с осуществлением подтяжки кожи.

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

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

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

Сингл (от англ. single – одиночный) – это грампластинка или же кассета с записью песен какого-либо одного автора или исполнителя; песня, которая записана отдельно.

Реалити-шоу (реалити-телевидение) (от англ. reality-show, от reality – действительность, реальность и show – показ) – это жанр телепередачи, где показывают реальную определенную жизнь команды участников, которая постоянно находится в кадре видеокамеры.

Неологизмы в спорте.

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

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

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

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

Неологизмы в сфере журналистики, рекламы, моды.

Пиар (от англ. сокр. PR (public relation) – связи с общественностью) можно определить как практику создания, непосредственного внедрения в сознание людей достаточно привлекательного образа кого-либо, 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.

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

Непосредственно с точки зрения основных способов образования многие неологизмы не вызывают особого интереса, так как по большей части являются копией дефиниции языка-источника. Ей придается русский фонетический и графический облик.

Ряд неологизмов имеют сегодня орфоэпические, графические, словообразовательные определенные дублиеты: сноубордер, сноубордист, и райдер; репост и перепост и др. Основная причина понятна. Одним вариантом является это калька непосредственно с языка-источника, а вторым – традиционное написание, словообразование и произношение в строгом соответствии с существующими законами современного русского языка.

По причине большого количества заимствований важным можно назвать вопрос обоснованности внедрения непосредственно в современный русский язык разнообразных иностранных слов. Обоснованными можно назвать неологизмы, рожденные по внутрилингвистическим каким-либо причинам: полное отсутствие эквивалентного определенного слова в языке для обозначения совершенно нового предмета или же понятия; тенденция использовать какое-либо одно определенное слово вместо описательного оборота. Их возникновение является закономерным. Однако параллельно в употребление входят иностранные слова, определенная обоснованность внедрения которых является сомнительной.

Сегодня имеет место большое количество различных сложносоставных каких-либо слов-неологизмов, написание которых представляет собой комбинирование кириллицы и латиницы. Причиной данного явления можно назвать недостаточное освоение лексической системой русского языка различных «слов-кентавров»: PR-технологии, IP-адрес, Web-сайт, VIP-мероприятие, CD-диск bluetooth-адаптор, FM-радио, USB-модем и др.<sup>5</sup>

Одни сегодня функционируют только в определенном латино-кириллическом облике (IP-адрес, bluetooth-адаптор), а другие – параллельно существуют в кириллическом и латино-кириллическом (sms-голосование,

---

<sup>5</sup> Гальцева А.А. Неологизмы XXI века // Концепт. – 2014. – №S13. – С. 5.

смс-голосование), третьи постепенно адаптируются, закрепляются непосредственно в словарях именно в кириллическом оформлении. Это указывает на их окончательное освоение русским языком (сидиром, пиар, вип).

Немногочисленная группа различных неологизмов, которая сравнительно недавно вошла в современный русский язык, сегодня функционирует по большей части в латинском оформлении: *secondhand*, *hand-made*, *Green Peace* и др.

Наиболее интересными с определенной точки зрения словообразования можно назвать новейшие неологизмы, которые рождены языком рекламы. Они созданы из так называемого «родного материала»: *восхрустительный* и *замечтательный*. Их можно назвать прилагательными, которые образованы путем контаминации двух слов или же словосочетаний.

В результате смешения прилагательного *хрустящий* и *восхитительный* родилось в итоге прилагательное *восхрустительный*. Родителями прилагательного *замечтательный* является прилагательное *замечательный* и глагол *мечтать*. Причиной возникновения данных слов является оригинальная попытка привлечь пристальное внимание к рекламируемой продукции.

Таким образом, ключевыми причинами возникновения различных неологизмов, которые появляются в результате осуществления заимствований из прочих языков, несомненно, можно считать такие: необходимость в номинации совершенно новых предметов и понятий; исторические контакты различных народов; экономия определенных языковых средств; новаторство нации в определенной отдельной области деятельности; авторитетность языка-источника (что часто приводит к появлению интернациональных слов).

## Заключение

Таким образом, цель и задачи исследования были успешно выполнены. По итогам исследования можно сделать следующие выводы:

1. С развитием техники, науки, культуры, промышленности появляются новые слова и словосочетания, служащие названиями новых предметов, явлений, понятий. Неологизмы, ставшие единицами языка, со временем входят в словари, отражающие актуальное состояние лексики, а неологическая лексикография, сформировавшаяся в последние десятилетия, открывает возможности для осмысления новейшей истории русской лексики.

2. Современная действительность диктует свои правила, приводя изменения как в сам социум, так и в его деятельность, и, соответственно, в языковые системы. Таким образом, неологизмы обновляют и омолаживают язык, приводя его в соответствие с реалиями окружающего мира, делают его богаче, помогают носителю того или иного языка более точно выразить эмоции и чувства. Процесс пополнения языка неологизмами является постоянным и бесконечным, ибо если развиваемся мы, то и наш язык развивается вместе с нами.

## Список литературы

1. Булавина Н.В. Понятие «Новое слово» в современной лингвистике // Вестник КГУ. – 2012. – №5. – С. 61-62.
2. Гальцева А.А. Неологизмы XXI века // Концепт. – 2014. – №S13. – С. 1-8.
3. Москалева М.В. Неологизмы и проблема их изучения в современном русском языке // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2008. – №80. – С. 246-250.
4. Тимашова Е.В. Неологизмы XX-XXI века и их роль в современном языке // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – №3 (46). – С. 259-261.
5. Шалина Л.В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. – 2007. – №8. – С. 73-77.