DOI: 10.26907/2074-0239-2021-63-1-138-141
УДК 811.161.1'3

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ ИТ-СФЕРЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ)

© Мимоза Фахрутдинова

FUNCTIONS OF IT NEOLOGISMS IN THE RUSSIAN LANGUAGE OF THE LATEST PERIOD (BASED ON ELECTRONIC MEDIA TEXTS)

Mimoza Fahrutdinova

The paper studies the structure and semantics of information technology neologisms in the modern Russian language. The research is based on the method of contextual search, as well as on the analysis of literary sources, with the aim to identify the ways neologisms function in electronic media. The article raises the question of the influence that the English language exerts on the formation of neologisms in the modern Russian language and carries out a structural and semantic analysis of new words in the field of IT technologies, highlighting the main trends in their formation and semantic assimilation. The object of this scientific work is the texts of electronic media, and the subject is the neologisms of the IT sphere. The purpose of the article is a functional and stylistic analysis of IT neologisms in the Russian language of the latest period, based on electronic media texts. The article presents the results of research into information technology neologisms in the texts of modern mass media, which are an interesting and actively developing phenomenon in the modern Russian language. The relevance of the research can be explained by the rapidly increasing number of new words, denoting the means of communication and the latest computer technologies. The study of the development of neologisms makes it possible to observe characteristic features in the language development and the organization of speech activity. The article employs the descriptive method with respect to neologisms of the IT sphere, found in modern electronic media texts, using elements of etymology, as well as various types of dictionaries and journalistic publications. The practical significance of the scientific article lies in the possibility of using the obtained data as reference material for further research in the field of Russian language lexicology of the recent period.

Keywords: IT-sphere, neologism, mass media, assimilation, semantics, structure.

Работа посвящена рассмотрению структуры и семантики неологизмов из сферы информационных технологий в современном русском языке. В основе исследования лежит метод контекстного поиска, а также анализ литературных источников с целью выявления способов функционирования неологизмов в электронных СМИ.

Статья поднимает вопрос воздействия английского языка на формирование неологизмов в современном русском языке. Кроме того, проводится структурный и семантический анализ новых слов в сфере ИТ-технологий, выделяются основные тенденции их образования и семантической ассимиляции. Объектом исследования являются тексты электронных СМИ, предметом – неологизмы ИТ-сферы. Цель статьи – функционально-стилистический анализ новых слов из сферы информационных технологий в русском языке новейшего периода на материале текстов электронных СМИ.

В статье представлены итоги исследования неологизмов из сферы информационных технологий в текстах СМИ, которые являются интересным и активно развивающимся явлением в современном русском языке. Актуальность работы обусловлена появлением большого количества новых слов, обозначающих средства коммуникации и компьютерные технологии последних лет. Исследование формирования неологизмов дает возможность наблюдать характерные особенности в развитии языка и организации речевой деятельности. В представленной статье используется метод описания неологизмов ИТ-сферы в современных текстах электронных СМИ с использованием элементов этимологии, а также с привлечением различных видов словарей и публицистических изданий.

Практическая значимость работы заключается в возможности употребления полученных данных в качестве опорного материала для иных исследований в области лексикологии русского языка новейшего периода.

Ключевые слова: ИТ-сфера, неологизм, СМИ, ассимиляция, семантика, структура.

Жизнь общества – это постоянное движение, а следовательно, и связанные с этим движением изменения, которые происходят на разных уровнях. Все перемены, осознаваемые обществом, находят отражение в словарном составе языка.

Широко известно, что XXI век стал периодом активного развития IT-технологий, параллельно с которыми в языке образуются неологизмы, относящиеся к этой сфере. Данное языковое явление объясняется тем фактом, что носителями и создателями новой лексики являются представители востребованных на сегодняшний день профессий, которые связаны с информационной сферой: системный администратор, программист, веб-дизайнер, IT-специалист и т. д. [Скоорохова, Щеголева, с. 75].

Для каждого исторического периода характерны свои неологизмы. Их возникновение обусловлено коммуникативной необходимостью общества. В лингвистике существуют различные точки зрения на тему природы и критериев выделения неологизмов. Ученые придерживаются того мнения, что главными характеристиками неологизма являются обозначение недавно возникшей реалии действительности и нестандартность лексической единицы.

Теоретической базой исследования послужили труды следующих лингвистов: А. А. Брагина, М. И. Фомина, Л. Л. Касаткин, Е. И. Диброва, К. С. Горбачевич, Т. Г. Никитина, А. Д. Пасева, Н. М. Шанский, Е. И. Марченко, С. К. Кубашичева, Н. И. Клушина, О. Г. Шилова и другие.

Многие ученые говорят об особом «компьютерном стиле», сформировавшемся за последние десятилетия, и его экспансии. Компьютерная лексика характеризуется наличием большого количества англицизмов, которые различаются сферой употребления: официальной и неофициальной.

Неологизмы IT-сферы могут быть классифицированы по двум параметрам:

- с точки зрения источника появления и способа создания;
- с точки зрения целей образования новых слов.

Первая классификация (с точки зрения источника появления и способа создания) позволяет выделить следующие типы неологизмов:

- семантические (это ранее знакомые всем слова, у которых появились новые значения или дополнительный оттенок в значении слова);
- лексические (слова, которые образованы по продуктивным моделям, уже существующим в языке);
- авторские (индивидуально-стилистические), которые создаются по необычным моделям

и придают образность произведению. Например, слово *пицценосец* образовано по модели слова *оруженосец*.

Рассмотрим подробнее один из примеров семантических неологизмов. Слово *пост* как обозначение занимаемой должности приобретает новое значение в сфере СМИ. *Пост* – небольшой информационный блок социальной сети, авторская статья, отдельное сообщение в форуме. Причем в этом значении лексическая единица *пост* становится довольно продуктивной в словообразовательном отношении, что подтверждается производными словами *постить*, *репост*. А в словосочетании *эпоха репостмодернизма* описываемый неологизм приобретает иронический характер и подмечает характерные особенности современной жизни.

К семантическим неологизмам IT-сферы можно отнести также лексему *зеркало*: в IT-сфере это сайт, где дублируется содержание с основного сайта.

Иллюстрацией лексических неологизмов могут стать нижеуказанные примеры:

Файл-сервер – выделенный в сети компьютер, который обеспечивает хранение любого типа файлов;

Экстранет – корпоративная сеть, которая защищена от несанкционированного доступа разных пользователей;

Капча – графический элемент веб-страницы, содержащий в себе буквы и цифры и предназначенный для защиты от автоматического спама;

Линк – ссылка, активный элемент на странице веб-сайта, нажатие на который приводит к какому-либо действию.

В соответствии со второй классификацией все неологизмы, в зависимости от предназначения новых слов в речи и целей их формирования, можно разделить на:

- стилистические, дающие образную характеристику предметам (например, *девайс*);
- номинативные, прямо называющие понятия (например, *утилита*).

Номинативные неологизмы, как правило, не образуют синонимических пар, хотя допускают параллельное возникновение наименований-конкурентов. К ним можно отнести множество дефиниций с узкоспециальным значением: *хостинг*, *визуальность*, *анбоксинг* и др.

Примерами стилистических неологизмов могут послужить слова *спойлер*, *хайп* и производные от них лексемы, которые приобрели за последние несколько лет большую популярность и имеют зачастую негативный оттенок значения и разговорный характер. К огорчению, в периоди-

ческой печати содержится небольшое количество примеров, иллюстрирующих в достаточной мере функцию выполнения ИТ-неологизмами стилистической функции в языке. Данный факт позволяет прийти к выводу, что лексика, подвергаемая анализу, требует дальнейшего исследования со стороны лингвистов [Тукмакова, с. 19].

Отметим также основные функции, которые выполняют неологизмы ИТ-сферы в текстах СМИ.

Во-первых, выделяется апеллятивная функция, которая связана с привлечением внимания адресата и провокацией реакции на представленную информацию.

Во-вторых, отмечается функция экономии лексических средств. Современные носители языка стремятся минимизировать собственные усилия в области словообразования и синтаксиса, из чего следует необходимость в употреблении новых более емких и кратких лексических единиц.

Стоит отметить, что неологизмы из сферы информационных технологий выполняют в языке, как правило, номинативную функцию. Номинативная функция реализуется в появлении слов с целью наименования новых предметов и понятий. Кроме того, большое число неологизмов употребляется в публицистической сфере и для языковой экономии. Так, неологизм *паралимпиада* образован сложением лексем *парализованный* и *олимпиада*. Итак, из вышеперечисленных функций для неологизмов в СМИ наиболее характерны апеллятивная функция и функция экономии лексических средств.

Эмпирической базой данной статьи послужили тексты электронных газет «Московский комсомолец», делового интернет-журнала «White Square Journal», электронные издания «ТВ-Новости», «Росбалт» и «Life», из которых методом сплошной выборки были выделены и проанализированы неологизмы ИТ-сферы. Их тематический анализ позволяет разделить неологизмы на следующие лексико-семантические группы:

- 1) названия составных частей устройств: *дисплей, смартфон, планшет*;
- 2) названия программных продуктов: *софт-компания, интерфейс*;
- 3) работа с компьютером: *копираст, скриншот*;
- 4) пользователь или программист: *киберсквоггер*;
- 5) интернет: *аккаунт, хостинг, потоковая передача, контент, онлайн-формат, трансляция, фейк, фишинг, Фейсбук, Whatsapp, соцсеть*,

Twitter, пост, чат, дистанционное обучение, кибербуллинг.

Основную массу неологизмов ИТ-сферы, употребляемых в новостных СМИ, можно отнести к группе «Интернет» (66,8%), что неудивительно, так как на сегодняшний день интернет – это самое прогрессивное и доступное средство общения и коммуникации. Меньше всего неологизмов компьютерной лексики приходится на группу «Пользователь или программист» (4,1%); показатель 8,3% примерно равен для групп «Названия программных продуктов» и «Работа с компьютером», а 12,5% – «Названия составных частей устройств». Анализ различных интернет-ресурсов позволил определить лексику, связанную с ИТ-сферой, как одну из наиболее распространенных. Подавляющее большинство (66,8%) этой лексики составляют неологизмы из сферы «Интернет», что связано с его стремительным развитием, возникновением новых явлений в данной области.

Необходимо обозначить следующие основные причины наличия большого количества новых лексических единиц ИТ-сферы в СМИ:

- повышение информативности, что вызывает потребность в обозначении понятий, появившихся недавно;
- разграничение понятий, носящих узкоспециальный характер;
- наличие терминологии устойчивого характера в международном функционировании;
- желание следовать за «языковой модой», потому что наличие различных заимствований повышает престижность текста и придает ему эффект новизны [Шилова, с. 98].

Кроме того, новые лексемы, которые встречаются в материалах электронных СМИ, отличаются своей образностью и экспрессивностью. Именно поэтому, преследуя цель привлечь внимание больших аудиторий, авторы статей стремятся использовать неологизмы в материалах для телепередач или журналов. СМИ – это определяющий канал образования и основа общественного мнения. Из этого следует, что, насколько эффективно работают данные средства, настолько большего внимания они добьются. Для достижения этого результата им необходимо учитывать потребности и интересы адресата.

Итак, в статье были рассмотрены функции, которые выполняют неологизмы в современном русском языке. Новые слова в большинстве случаев выполняют номинативную функцию, им свойственна и оценочная функция, которая выражает субъективное мнение автора. Проанализировав функционирование новых слов в средствах массовой информации, можно сделать вывод,

что современные авторы все чаще используют неологизмы с целью придать тексту особую выразительность и подчеркнуть уникальность. Они ярко отражают современные мировые процессы, выполняя прагматическую функцию. Также, благодаря особому свойству неологизмов емко передавать информацию, реализуется потребность в языковой экономии.

Особенно заметен процесс неологизации русского языка в научно-технической и информационной сферах. Возникновению неологизмов способствуют развитие компьютерных технологий и распространение интернета. Новые слова выявляют безграничные и неисчерпаемые языковые возможности.

В целом, функционирование неологизмов носит актуальный характер и неизменно вызывает неподдельный интерес у современных исследователей в области так называемой неологии – науке о новых словах, появляющихся в языке. Как показывает практика, интенсивность процесса неологизации русского языка особенно заметна в научно-технической информационной сферах. Кроме того, возникновению неологизмов способствует развитие автоматизации вычислительных процессов, компьютерной технологии, распространение Интернета.

Таким образом, вследствие экономии речевых средств и языковой моды современное общество активно употребляет новые лексические единицы, которые отличаются своей экспрессивностью и образностью. Именно поэтому, преследуя цель привлечь внимание больших аудиторий, создатели текстов стремятся использовать неологизмы в материалах телепередач или журналов.

В заключение хотелось бы отметить, что новые слова делают язык богаче, придавая ему актуальный и более современный характер. Кроме того, употребление новообразований в текстах не только электронных, но и печатных СМИ является способом избежать использования шаблонов.

Фахрутдинова Мимоза Теймуразовна,
кандидат филологических наук,
доцент,
Казанский федеральный университет,
420008, Россия, Казань,
Кремлевская, 18.
79050384037@yandex.ru

Список литературы

Скороходова, Е. Ю., Щеголева М. М. Роль и употребление неологизмов в современных СМИ // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 5-3. С. 73–78.

Тукмакова Т.В. Функционирование неологизмов в современном русском языке (на материале рецензий журнала «Сеанс») // Язык и репрезентация культурных кодов. VII Всероссийская с международным участием научная конференция молодых ученых. (Самара, 19 мая 2017 г.). Материалы и доклады Часть II. / М-во образования и науки Рос. Федерации; Самар. иссл. ун-т им. С. П. Королева (Самар. ун-т), под общ. ред.: А.А. Безруковой. Самара: изд-во «Инсома-пресс», 2017. С. 18–20.

Шилова О. Г. Неологизмы – языковое отражение современных реалий (на материале английского и русского языков) // Вестник Тверского государственного технического университета. Серия: Науки об обществе и гуманитарные науки. 2015. № 3. С. 93–98.

References

Shilova, O. G. (2015). *Neologizmy – iazykovoe otrazhenie sovremennyh realii (na materiale angliiskogo i russkogo iazykov)* [Neologisms as Linguistic Reflection of Modern Realities (based on the English and Russian languages)]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Nauki ob obshchestve i gumanitarnye nauki*. No. 3, pp. 93–98. (In Russian)

Skorohodova, E., Shchegoleva, M. (2016). *Rol' i upotreblenie neologizmov v sovremennyh SMI* [The Role and Use of Neologisms in Modern Media]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*. No. 5–3, pp. 73–78. (In Russian)

Tukmakova, T. V. (2017). *Funktsionirovanie neologizmov v sovremennom russkom iazyke (na materiale retsenzii zhurnala “Seans”)* [Functions of Neologisms in Modern Russian (based on the reviews of the journal “Séance”)]. T. V. Tukmakova. *Iazyk i reprezentatsiia kul'turnykh kodov. VII Vserossiiskaia s mezhdunarodnym uchastiem nauchnaia konferentsiia molodyh uchenykh*. (Samara, 19 maia 2017 g.). *Materialy i doklady Chast' II. / M-vo obrazovaniia i nauki Ros. Federatsii; Samar. nats. issled. un-t im. S. P. Koroleva* (Samar. un-t), pod obshch. red. A. A. Bezrukovo. Pp. 18–20. Samara, izd-vo “Insoma-press”. (In Russian)

The article was submitted on 26.01.2021
Поступила в редакцию 26.01.2021

Fahrutdinova Mimoza Teimurazovna,
Ph.D. in Philology,
Associate Professor,
Kazan Federal University,
18 Kremlyovskaya Str.,
Kazan, 420008, Russian Federation.
79050384037@yandex.ru