

В. П. Пачук

**НЕОЛОГИЗМЫ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО
ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВА**

Язык – это система, которая постоянно меняется. Изменения в словарном составе языка непосредственно связаны с событиями, происходящими в обществе. Некоторые слова выходят из употребления, некоторые остаются в употреблении в качестве архаизмов. Словарный состав языка расширяется,

поскольку каждое социальное изменение порождает потребность в новых терминах. Как правило, соответствующая потребность удовлетворяется путем словообразования или заимствования из других языков. Одним из импульсов к появлению новой лексической единицы является то, что новый объект (обстоятельство) нуждается в соответствующем имени. Другая причина – необходимость семантически дифференцирующего или выразительного именованя.

Неологизм – это лексическая единица или значение, возникающее на определенном этапе развития языка в коммуникативном сообществе, распространяющееся, общепринятое как языковая норма и воспринимаемое как новое большинством пользователей языка в течение определенного периода времени на этом этапе развития (определение Д. Херберга). Неологизмы возникают в результате адаптации к новым событиям и обстоятельствам. Таким образом, они представляют собой инновацию, новый способ говорить, который используется в определенных речевых группах. Кроме того, неологизмы придают языку современность, динамичность и удовлетворяют потребности носителей. Но не каждое новое слово является неологизмом. К неологизмам относятся только те слова, которые перенимаются говорящими. Они являются «изобретением» отдельного человека, и на пути от идеи до неологизма им предстоит пройти долгий путь. При этом они должны использоваться в течение определенного времени (согласно немецкому исследователю В. Тойберту не менее 1–2 лет) и иметь большое количество регистраций в самых разных источниках. Слова, которые используются только один раз, называются *окказионализмами* и очень быстро исчезают из употребления.

Различают три вида неологизмов (Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache):

1. *Neuwörter/Neulexeme* (собственно неологизмы) – слова, которые появились в языке в течение определенного временного отрезка. Зачастую сюда относятся заимствования из других языков (напр., *Chat*).

2. *Neuprägungen* (новообразования) – слова, созданные из уже существующих морфем, но в новой комбинации (напр., *Online-Schule*).

3. *Neubedeutungen* (семантические неологизмы) – существующие слова в языке, которые приобрели новые значения (напр., *Maus*).

С одной стороны, Интернет – это средство коммуникации; с другой стороны, Интернет – это объект коммуникации. Сегодня люди общаются не только в Интернете (im Internet), но и через Интернет (über das Internet). Нужны новые слова, чтобы описать и объяснить новое, пока еще непонятное явление, состояние или предмет. Язык пользователей Интернета – это новая разновидность современного немецкого языка, которая в настоящее время развивается очень быстро и используется для общения непрофессиональных пользователей в основном через Интернет. Кроме того, многие технические слова из области Интернета появляются в различных социальных секторах: в бизнесе, политике, образовании, рекламе и т.д..

Язык Интернета возник из повседневного языка и технического языка и сейчас поставляет много новых слов в стандартный язык (Standardsprache). Таким образом, язык Интернета является связующим элементом между экспертным и обывательским миром, при этом границы между экспертами и обывателями, а значит и между специализированным языком Интернета и общей лексикой, с распространением Интернета исчезают.

Для подбора примеров неологизмов в интернет-пространстве был проведен анализ твитов (кратких сообщений) в социальной сети Twitter. По итогам результатов данного анализа можно сделать вывод, что основная масса неологизмов немецкого языка представлена неологизмами-заимствованиями и неологизмами первого порядка (Neulexeme): напр., *googeln* – искать информацию с помощью поисковой системы Google; *der Follower* – это пользователь социальной сети, который подписан на человека, группу и т.д.; *das Hashtag* – ключевое слово (пометка), облегчающий поиск сообщений по теме; *twittern* – использовать соц.сеть Twitter, отправка коротких сообщений; *instagrammen* – использовать соц.сеть Instagram, делиться фото- и видеоматериалами; *zoomen* – общаться с кем-либо с помощью платформы Zoom для видеоконференций и вебинаров; *cringe* – нечто мерзкое и противное, вызывающее содрогание от отвращения; *das WLAN* – вай-фай, беспроводное подключение к интернету; *das Homeoffice* – удаленная работа; *binge watch* – ТВ-марафон (способ просмотра сериалов в течение длительного промежутка времени); *postfaktisch* – постправдивый, описывает обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям; *die Respektrente* – пенсия в знак признания трудового вклада (ежемесячное пособие для пополнения пенсии малообеспеченных работников); *vibe* – чувство атмосферы вокруг чего-либо, общее настроение; *der Stream* – прямой эфир (аудио- и видеоданные, передаваемые в режиме реального времени через Интернет); *die Flugscham* – стыд за полет (угрызения совести, которые испытывают авиапассажиры, понимая, что перелет приводит к выбросам углекислого газа и ускоряет изменение климата); *ploggen* – бег трусцой, который сочетается со сбором мусора.

Также в меньшем количестве выявлены Neuprägungen (новообразования), напр. *der Videodolmetscher* – видеопереводчик; *gendergerecht* – справедливое отношение к различным гендерным идентичностям; *das Feierbiest* – очень общительный и веселый человек, который любит вечеринки и другие общественные мероприятия; *der Netzpolitiker* – лицо, которое в рамках своей политической должности особенно привержено созданию обязательных рамочных условий для работы и использования интернета; *entfreund(en)* (*entfolgen*) – отписаться, прекратить (в социальной сети) виртуальную дружбу с кем-л.; *sich schockverlieben* – испытывать сильное чувство привязанности при первом контакте.

В количественном соотношении значительно уступают *Neubedeutungen* (семантические неологизмы): *wischen* – щелкать (проводить пальцами по сенсорному экрану для перемещения страниц/файлов); *der Troll* – человек, который не хочет вносить конструктивный вклад в дискуссию на интернет-форуме, а хочет только мешать и провоцировать.

Таким образом, неологизмы достаточно широко используются в немецком языке. Особенно это заметно в речи молодежи и подростков, в их комментариях в социальных сетях. Словарный запас языка – это относительно открытая система, которая подвержена постоянным изменениям в связи с постоянно меняющимися коммуникативными и когнитивными требованиями языкового сообщества к лексическому потенциалу. Неологизмы являются отражением социальных процессов, обогащают язык и делают его более современным. Английский язык как источник многих неологизмов по-прежнему популярен и используется каждый день. Однако следует отметить, что неологизмы-заимствования оказывают негативное воздействие, так как традиционные слова и устойчивые выражения теряют свое употребление.