

# НЕОЛОГИЗАЦИЯ И ШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

**С. Г. Рачевский,**

доцент кафедры профессионального развития  
работников образования Брестского областного  
института развития образования, кандидат филологических наук

*Неологизация* – процесс, известный в языкознании как пополнение лексикона путём создания или заимствования неологизмов и введения их в активное употребление. Этот процесс, развивающийся сегодня стремительно, свидетельствует: в трансформации языковой системы – в отличие, например, от грамматического строя, фонетики, пунктуации, стилистики – изменениям подвергается прежде всего лексика. Только за последние два года лексический строй многих языков, если следить за информацией в глобальной сети, пополнился неологизмами: *экомиграция* (массовое перемещение живых организмов в более благоприятные для них климатические условия), *геокешинг* (поиск тайников по географическим координатам), *криптозима* (снижение, падение котировок криптовалют в течение нескольких лет), *пандемия* (период спада остроты пандемии), *ковидолог* (специалист, занимающийся изучением и лечением ковида), *безмоб* (человек, отказывающийся от использования мобильной связи, цифровых технологий), *ноулайфер* (человек, проводящий много времени за компьютерными играми и почти не выходящий из дома), *фемтех* (технологии и устройства, ориентирующие пользователя на женскую аудиторию), *антихейт* (борьба с проявлениями ненависти и агрессии в интернете), *спортфьюжн* (тренировочный процесс, объединяющий различные виды спорта), *пауэр-танго* (тренировки, объединяющие танго и пауэрлифтинг).

В научной среде можно обнаружить множество публикаций о неологизации, группировке неологизмов и главное – о факторах, обуславливающих появление новых слов и словосочетаний. В этом отношении лингвистами (Н. М. Шанским, Е. А. Земской, В. В. Лопатиным, А. Г. Лыковым, Н. З. Котеловой) ещё в 60-х годах XX столетия

выделены факторы, способствующие появлению новых объектов и потребности их номинации: постоянные изменения и значительные события политической жизни; значительное увеличение темпов развития науки, техники, промышленного производства; взаимодействие культур. Как показывают последние десятилетия, мотиваторами появления неологизмов в любом языке в XXI столетии являются: резкий скачок в развитии компьютерных технологий, цифровизация большинства отраслей жизни; расширение сферы использования интернета. А ещё ими могут быть: техногенная катастрофа с тяжёлыми последствиями для ряда стран или, как отмечает А. В. Савченко [1, с. 865–886], экстраординарное событие планетарного масштаба, каким стала, например, коронавирусная инфекция, породившая новые понятия (*цитокиновый шторм* – агрессивная иммунная реакция организма на вирусную инфекцию и лекарственные препараты с развитием обширного системного воспаления; *ковид* – потенциально тяжёлая, острая респираторная инфекция, вызываемая коронавирусом SARS-CoV-2). Все названные факторы относятся к экстралингвистическим, т.е. внешним по отношению к языку. Но есть и внутренние, обусловленные развитием самой языковой системы – например, приобретение отдельными словами или их корневыми морфемами новых актуальных значений (*твит*, *веб-сёрфинг*, *безмоб*).

На наш взгляд, в процессе обучения ряду предметов в школе обязательной «расшифровки» требуют значения многих лексических новообразований. Возьмём для примера группу неологизмов, которые пока «обладают временной коннотацией новизны» [2, с. 246]: *брексит* (прекращение членства Великобритании в Евросоюзе и связанная с ним процедура), *глобализм* (целостная система мероприятий, направленных на утверждение в глобальном масштабе господства той или иной социально-экономической, политической, идеологической, религиозной доктрины), *многополярность* (наличие в мире нескольких полюсов силы, которыми являются наиболее могущественные страны, не распространяющие своё влияние друг на друга), *спичрайтер* (помощник высокопоставленного государственного, политического, общественного деятеля, готовящий тексты его выступлений); в экономической сфере – *диджитализация* (преобразование отрасли или предприятия с помощью информационных технологий для получения прибыли: создание сайта, выход на интернет-аудиторию и пр.), *шеринг* (совместное использование ресурса несколькими пользователями с разделением нагрузки для уменьшения затрат), *реновация* (процесс улучшения, реконструкции, ре-

ставрации без разрушения целостности структуры), *крафтовый товар* (товар, произведённый небольшой партией без использования производственных мощностей, часто вручную), *брендинг* (создание и распространение положительного, привлекательного образа, бренда компании для максимальной заинтересованности потребителя), *преференция* (преимущество или льгота, которая выдаётся для поддержки определённого вида деятельности: снижение налога, предоставление кредита и пр.), *ритейл* (деление большой партии закупленного товара на более мелкие части и дальнейшая продажа в розницу), *промокод* (совокупность символов, дающая право на приобретение товара на специальных условиях для стимулирования продаж), *мерчандайзинг* (выкладка товара на прилавок), *дилер* (физическое или юридическое лицо, имеющее право покупать товары компании и продавать их мелким оптом или в розницу), *брокер* (юридическое лицо, осуществляющее посреднические функции между продавцом и покупателем, страховщиком и страхователем, судовладельцем и фрахтовщиком), *риелтор* (торговый посредник по сделкам недвижимостью), *демпинг* (продажа товара на иностранном рынке по пониженным ценам для вытеснения торговых конкурентов), *олигополия* (рыночная структура, состоящая лишь из нескольких крупных производителей, выпускающих аналогичную продукцию); *криптовалюта* (любой вид денег в цифровом выражении, для защиты которой от взлома используется шифрование), *криптовалютный кошелёк* (программа или сервис, хранящие ключи для криптовалютных операций; ключи также могут обеспечиваться шифрованием или цифровой подписью владельца), *майнинг* (создание структур для обеспечения функционирования криптовалютных платформ), *консорциум* (объединение крупных банков для проведения масштабных финансовых операций), *фаблет* (смартфон с большим экраном), *дипфейк* (реалистичная подмена; созданное с помощью искусственного интеллекта видео, в котором использованы готовое изображение, движение, голос; среди прочего, используется в неблагоприятных целях), *фишинг* (вид интернет-мошенничества, цель которого – получить идентификационные данные пользователя), *мессенджер* (программа для мгновенного обмена текстовыми сообщениями и мультимедийными единицами в интернете), *широкополосная сеть* (электронная сеть, не использующая телефонные линии, с очень большой скоростью обмена данными), *твит* (пост в социальной сети «Твиттер», краткое сообщение, видимое «друзьям» пользователя этой сети), *дизлайк* (противоположность лайку, выражение антипатии, неодобрения), *двухфак-*

*торная аутентификация* (дополнительный уровень безопасности пользователя интернета), *веб-сёрфинг* (перемещение по ссылкам в интернете), *нейросеть* (инструмент искусственного интеллекта, который позволяет обрабатывать данные так, как человеческий мозг), *инвазивность* (способность возбудителя инфекции проникать в организм растения, животного, человека и распространяться в нём), *нутрициолог* (специалист в области правильного питания, подбирающий оптимальный рацион в зависимости от индивидуальных потребностей человека), *микробиота* (совокупность микроорганизмов, живущих в организме человека).

Полагаем, что можно противостоять скепсису отдельных взрослых, считающих ненужным и преждевременным всестороннее рассмотрение сути подобных новых слов в школе. Дело в том, что большинство неологизмов (например, *шеринг, реновация, брендинг, дилер, ритейл, промокод*) к моменту окончания школы сегодняшними учащимися станут речевой обыкновенностью, речевым минимумом, которым надо владеть в избранной профессии; некоторые, как, например, *дипфейк, микробиота*, осваиваться должны уже сегодня.

Невзирая на очевидную социальную пользу включения неологизмов в речевую практику школьников, уровень изучения новой лексики является явно недостаточным. Даже в школьных учебных программах по белорусскому и русскому языкам изучение неологизмов рекомендуется только на уровне ознакомления в 5 классе и не возобновляется в 6 классе при повторении пройденного за предыдущий учебный год; нет упоминания о неологизмах и в содержании программ факультативов, за исключением именуемого «Грани слова» в 5 классе; правда, из указаний составителей программы не ясно, чего должно касаться расширение зоны знаний о неологизации лексики.

Надо учитывать: к неологизмам, не являясь ими по сути, близки некоторые устаревшие слова, получившие новое звучание и актуализированные в современной устной и письменной речи, например: *лимитроф* – юридически независимое государство, которое фактически находится под сильным влиянием другой страны; *кадет* – до Октябрьской революции воспитанник среднего военно-учебного заведения. Первое слово во времена Римской империи означало пограничную область, которая содержала войска, стоящие на границе; в 20-30-е годы прошедшего столетия слово употреблялось в общем названии государств, образовавшихся на западных окраинах России после 1917 года. Оба устаревших слова сегодня вернулись в активный оборот (первое в политике,

второе – в образовании) и их надо рассматривать на уровне активной / пассивной лексики.

Изучение ряда публикаций (В. А.Зразиковой, Е. Е. Мантур, И. П. Козейко, Н. В. Чернобровкиной, Г. И. Басовой, М. В. Шабовича) позволяет наряду с неологизмами в общеупотребительной лексике рассматривать феномен индивидуально-авторских неологизмов: полезно вникнуть, в частности, в содержание книги Н. Г. Пригодича «Аўтарская неалагізацыя ў беларускай мове» [3].

В отношении неологизмов как объектов изучения учителю полезно воспользоваться предложенными здесь методическими наставлениями:

Употребляя в ходе рассмотрения программной темы неологизмы (будь то *блочейн, актер, веган, миллениал, телевизор* или же *истеблишмент, бенефициар, паллиатив*), учитель должен удостовериться в знании их значения. На этот случай имеется «предохранительный клапан» в виде, например, электронного словаря лексических новообразований. Что касается традиционных книжных словарей неологизмов, то их издание, как известно, не имеет смысла: новые слова быстро становятся общеупотребительными. Заметим, однако, что Институтом лингвистических исследований РАН ежегодно публикуется профессиональное исследование «Новое в русской лексике: словарные материалы» [4].

Дети с индивидуально-психологическими особенностями могут не различать значений новых для них и почти одинаково звучащих или близких по лексическому наполнению слов: *реновация* и *инновация*, *тренд* и *бренд*, *буллинг* и *боулинг*, *штамм* и *штамп*, *брокер* и *риелтор*, *коптер* и *каптёр*, могут думать, например, о *фишинге* как о рыбной ловле, зная значение английского слова *fish* и немецкого *Fisch* (рыба). Поэтому каждый учитель, в зависимости от образовательной ситуации, выстраивает свою стратегию лексической работы с новыми словами, тактику их постепенного, дозированного введения. Здесь можно опираться на знание многими учащимися английского языка.

В процессе обогащения неологизмами лексикона учащихся непреходящее значение имеет – как для учителей языка и литературы, иностранных языков, так и для учителей других предметов гуманитарного и естественно-научного циклов, – словарная работа и семантизация как ведущее её направление с основными приёмами: подбором синонимов и антонимов (значение незнакомого слова раскрывается близким по значе-

нию, если таковое имеется или, наоборот, противоположным по значению); определением вида, к которому может относиться понятие, обозначенное словом, через родовую его принадлежность; демонстрацией предмета (или его муляжа, рисунка), визуализацией явления, события; рассмотрением неологизма в контексте, в синтагматических связях со словами, значение которых известно; этимологическим анализом нового слова. Названные приёмы несложны для освоения и использования учителем любого профиля.

В отношении каждого неологизма, вводимого в речевую практику учащихся, обязательна орфографическая работа. Внимания требует орфографический образ нового слова в белорусском языке: необходимо соотнести его написание с правилами белорусской орфографии, особенно когда слово отсутствует в новейших орфографических или толковых словарях, энциклопедиях (по-белорусски *рыелтар*, *коптар*, *рэнавацыя*, *цеплавізар*, *фішынг*, *бенефіцыяр*, *паліятыў*, *інвазіўнасць*, *алігаполія*, *мнагапалярнасць*).

Для усвоения орфографического статуса неологизма необходима запись слова для зрительного, а не только слухового восприятия, его включение в письменные и устные задания.

Правильным при изучении неологизмов является акцентирование внимания на сфере употребления слова.

Важно как можно чаще наряду с неологизмами употреблять и слова, относящиеся к общеупотребительной лексике: *дизлайк* – *неодобрение*, *актор* (от слова *акт*) – *субъект действия*, *дипфейк* – *подмена*, *буллинг* – *запугивание*, *преференция* – *преимущество*, *миллениал* – *родившийся до 2000 года*, *стартап* – *финансируемый актуальный проект*, *дедлайн* – *предельный срок*, *блокчейн* – *цепочка блоков*.

Неологизация, как отмечалось, – процесс объективный, неизбежный, не зависящий от предпочтений, запросов носителей языка, отражающий непрерывное появление новых реалий. Он требует чуткого реагирования и в школе, что должно проявляться в своевременной и правильно организованной лексической, орфографической, стилистической работе на занятиях.

## Литература

1. Савченко, А. В. «Коронавирусные неологизмы»: от лексики и фразеологии к интернет-мемам (на материале русского и китайского языков) / А. В. Савченко, Лай Янь-Цзюнь // Коммуникативные исследования, 2020, т. 7. – № 4.
2. Москалёва, М. В. Неологизмы и проблема их изучения в современном русском языке / М. В. Москалёва [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/v/neologizmy-i-problema-ih-izuchenija-v-sovremennom-russkom-yazyke>. – Дата доступа: 29.05.2024.
3. Прыгодзіч, М. Р. Аўтарская неалагізацыя ў беларускай мове: дапаможнік / М. Р. Прыгодзіч. – Мінск, БДУ, 2021. – 175 с.
4. Новое в русской лексике: словарные материалы. – СПб: Институт лингвистических исследований РАН, 2023. – 254 с.