УДК 81`373.43
https://doi.org/10.36906/NVSU-2022/61

Колесова К.В., Рохлина Е.К., канд. филол. наук, ORCID: 0000-0002-2564-6858
Санкт-Петербургский государственный университет
г. Санкт-Петербург, Россия

НЕОЛОГИЗМЫ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА (НА МАТЕРИАЛЕ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ)

Аннотация. В статье рассматриваются неологизмы, появившиеся в связи с развитием интернет услуг банковской сферы: мобильных приложений для частных клиентов и малого бизнеса. Результаты анализа исследованного материала позволяют считать основополагающими факторами возникновения неологизмов в данной сфере инновационные инициативы банка и долю пользователей мобильных приложений среди клиентов, а также международное банковское (финансовое) взаимодействие. Обнаружено, что преобладающим типом в сфере интернет-банкинга являются заимствования и лексические неологизмы.
Ключевые слова: интернет-банкинг; типы неологизмов; типы заимствования; веб-технологии.

Интернет-банковские услуги, которые получили распространение в России в 2011–2012 г. [6, с. 262], приобрели популярность из-за их удобства, относительной доступности и скорости предоставления. К тому же, из-за пандемии вируса COVID-19 и последовавших за этим карантинных ограничений стало сложнее пользоваться банковскими услугами, потому что доступ к физическим офисам банков стал затруднен. Вследствие этого услуги интернет-банкинга становятся особенно актуальными. В то же время, определенные категории населения испытывают трудности с использованием как онлайн-программного обеспечения, так и языка интернет-банкинга.

В связи с процессом глобализации происходит усиление международной кооперации во всех сферах жизни. Ввиду научно-технического прогресса, развития новых технологий (в частности, банковских), появления нового канала коммуникаций (сети Интернет) возникла необходимость в номинации новых общественных явлений. Номинация новых реалий производится с помощью определенных лингвистических методов, к которым относятся прямое заимствование, калькирование, описательный перевод и другие. Однако не все эти методы применяются с одинаковой частотой, и удельный вес каждого из них в процессе словообразования не является определяющим. Анализ неологизмов покажет, насколько часто используется каждый из представленных методов. Это позволит нам выявить современные тенденции в образовании новых слов.

Основываясь на теоретических положениях в рамках интегративного подхода [5, с. 71], будем называть неологизмом лексическую единицу – слово или словосочетание – являющиеся

новыми по своей форме и/или значению в текущий момент времени и имеющими новое социокультурное значение [3, с. 605].

Критерии, определяющие неологизм:

1) Ощущение новизны. Как справедливо отмечено в «Лингвистическом энциклопедическом словаре», принадлежность слов к неологизмам является свойством относительным и историчным [7]. Понятие новизны субъективно, что создает необходимость постановки четких временных рамок для проведения неологических исследований. Появление в языке новых слов – это непрерывный процесс, и в условиях отсутствия определенных временных границ проследить за ним может быть затруднительно.

2) Самостоятельность употребления, независимость от определенного контекста; неологизм должен быть общепринятым в рамках языковой среды, а не окказиональным.

3) Неологизмы, прошедшие проверку временем и закрепившиеся в языковой практике, могут быть зафиксированы в словарях. Пройдя все стадии анализа и утверждения, лексическая единица регистрируется в словаре неологизмов.

По способу появления неологизмы разделяют на лексические и семантические. Лексические, в свою очередь, делятся по способу образования: через заимствование или словообразование (суффиксальный, префиксальный, суффиксально-префиксальный, бессуфиксальный способы, а также словосложение и аббревиация [1, с. 20]). Известно, что английский язык имеет особый статус в среде международных экономических отношений, поэтому интернациональные лексические единицы, относящиеся к сфере информационных технологий, электронных коммуникаций, заимствуются русским языком из английского (слот, провайдер, таргет, инсайдер). К примеру, термин вебкаст, означающий «видео и аудио вещание в сети Интернет», широко функционирует в коммуникации между компаниями и их инвесторами в рамках IR-практики. Отличительным признаком производства новых терминов в английской терминологии IR является процесс вовлечения преимущественно исконных языковых единиц. Одним из наиболее продуктивных способов создания новых терминов в английском языке является образование сложных слов: таким образом, слово-гибрид webcast образовалось путем сложения частей слов World Wide Web и broadcast» [4, с. 84].

Семантический способ появления неологизмов подразумевает, что они формируются благодаря изменению/расширению значения уже существующего слова [5, с. 11]. Например, слово «облако», помимо общеизвестного значения «скопление водяных капель и ледяных кристаллов, взвешенных в атмосфере», благодаря развитию компьютерных технологий приобрело новое значение. Согласно Толковому словарю терминов и понятий по вопросам цифровой трансформации (https://clck.ru/XV7QS): «облако (облачное хранилище) – модель онлайн-хранилища, в котором данные хранятся на многочисленных распределённых в сети серверах, предоставляемых в пользование клиентам, в основном, третьей стороной (*хранить данные в облаке*)».

Помимо неологизмов, к категории новых слов относят окказионализмы. Под окказионализмом понимается уникальное употребление лексической единицы. К этой категории можно отнести названия уникальных продуктов (сервисов) конкретного банка.

В качестве методов исследования были использованы методы доступной и сплошной выборки, сравнительного анализа, описательного анализа, объяснительного анализа. Исследование было ограничено объемом информации, доступной потребителю банковских услуг в сети Интернет: были рассмотрены страницы сайтов и приложений банков с информацией об услугах для физических лиц, описанием услуг, а также страницы с часто задаваемыми вопросами. Сравнительный анализ содержимого веб-страниц российских и зарубежных банков показывает, насколько определения, пришедшие из английского, соответствуют их русским переводам и насколько адекватен перевод.

Для анализа были использованы следующие источники: сайты и приложения двух крупнейших российских банков Сбербанк (https://www.sberbank.ru/ru/person) и Тинькофф (https://www.tinkoff.ru), а также британского банка Lloyd's bank (https://www.lloydsbank.com). Критериями отбора послужили количество клиентов и уровень развития цифровых технологий банка. Известно, что Сбербанк – крупнейший российский банк, его клиентами являются 98,9 млн физических лиц. Ежемесячная аудитория мобильного приложения «Сбербанк Онлайн» составляет 65 млн клиентов, дневная – 32 млн (https://clck.ru/pRGoj). Тинькофф занимает третье место по количеству клиентов в России, но лидирует по предоставлению онлайн-услуг: в 2020 году банк получил статус «Лучший мобильный банк в мире» по версии Global Finance – Best Digital Bank Award 2020. По состоянию на 1 января 2021 г. количество активных пользователей мобильного приложения Тинькофф в месяц составило 9,3 млн (https://clck.ru/Y8HEK). Если у Сбербанка распределение клиентов по возрастным группам сравнительно равномерно, то целевую аудиторию банка Тинькофф, согласно последним данным, составляют люди молодого возраста: 40% клиентов банка находятся в возрасте 18–29, 37% – 30-44 года (https://clck.ru/VGP37).. Портрет потребителя отражает ориентированность банка на клиентов определенной возрастной категории. Принимая во внимание актуальность проблематики, с целью выявить и систематизировать типы неологизмов, нами были выполнены следующие задачи: проанализировать лексическую составляющую наполнения сайтов и приложений банков Сбербанк и Тинькофф с точки зрения использования неологизмов в сфере интернет-банкинга, сравнить англо- и русскоязычные банковские термины, систематизировать полученные данные. Таким образом, каждая веб-страница была исследована на наличие неологизмов с примерами, подсчитывалась частотность употребления слова (во всех морфологических формах) на всех рассматриваемых страницах. Примечательно, что у российских банков есть словари банковских терминов, однако эти словари созданы для использования не физическими, а юридическими лицами. Например, в разделе сайта Тинькофф Касса, созданном для бизнес-клиентов банка, есть список терминов, который дает пояснение основным методам и технологиям проведения банковских операций (https://oplata.tinkoff.ru/support/dictionary).

Всего методами доступной и сплошной выборки данных двух банков было отобрано 14 единиц, относящихся к лексическим неологизмам, и 5 единиц, относящихся к семантическим неологизмам. Были получены следующие результаты:

1. Соотношение телекоммуникационных и банковских терминов показывает, что 57% обнаруженных нами неологизмов принадлежат к сфере телекоммуникаций, 42% относятся непосредственно к сфере онлайн-банковских услуг.

2. Частотность употребления неологизмов из разных сфер различается, на наш взгляд, незначительно: 122 и 102 случаев использования слов из сферы телекоммуникаций и банковских услуг соответственно на рассматриваемых страницах.

3. Удалось выявить, что основную массу (52%) новых слов составляют лексические неологизмы, появившиеся в результате заимствования из английского языка. Для подтверждения нашей точки зрения, обратимся к британскому банку Lloyd's bank. Ознакомившись с приложением и сайтом банка, мы можем наблюдать, что соответствующая лексические эквиваленты присутствует в их наполнении, например: account manager – аккаунт-менеджер, click – клик, QR code – QR-код, экосистема – tech ecosystem. На русский язык эти термины были адаптированы с помощью таких переводческих методов, как калькирование, транскрипция, транслитерация. Тем не менее, присутствует разница значений: так, аккаунт-менеджер в мобильном приложении банка Сбербанк – это сотрудник банка, «специалист, который работает с клиентами банка в онлайн-чате», в то время как в реалиях банка Lloyd's bank – это услуга, онлайн-платформа, которая позволяет управлять счетами пользователя в виртуальном режиме (an online platform which allows you to open virtual accounts linked to a single bank account, reducing costs and administration).

4. Вторым значимым способом образования неологизмов в данной сфере является семантическое развитие: расширение (или смена) значения (метафорическая модель, метонимическая модель, семантический сдвиг).

5. Некоторую часть обнаруженных лексических единиц составляют названия продуктов банков. Предполагаем, что их можно отнести к окказионализмам. Эти слова обеспечивают взаимодействие банка и клиента, их широта распространения ограничена. Они являются не общепринятыми в сфере банковской деятельности, а окказиональными, и употребляются клиентами, использующими приложения и сайты конкретных интернет-банков. Таким образом, наблюдается основной признак окказионального слова – существование лишь в рамках того контекста, в котором оно появилось [2, с. 95].

По результатам исследования удалось выявить современные тенденции в образовании новых слов в сфере интернет-банкинга (табл.).

Таблица

Анализ использования неологизмов банками Сбербанк и Тинькофф

Слово	Пример употребления	Способ появления; способ образования	Значение	Частотность	Сфера употребления
Daily banking	Лучший daily banking – банк для ежедневного пользования.	Лексический; заимствование	Общее название банков для ежедневного пользования	1	Банковская сфера
PUSH-уведомление, пуш-уведомление, пуш	Пуш-уведомления можно копировать, удалять, отправлять по почте или через мессенджеры.	Лексический; заимствование, словосложение	Сообщения от банка о покупках, переводах и других операциях по карте, которые отображаются на экране смартфона	21	Телекоммуникации
QR-код, QR	Сертификат с QR-кодом можно найти и сохранить прямо в СберБанк Онлайн.	Лексический; заимствование, словосложение	Тип штрих-кода, содержащий информацию о различных финансовых услугах банка и облегчающий проведение операций	11	Телекоммуникации
Автоплатеж, автопродление	С автоплатежом вы не пропустите оплату кредита, оформленного в другом банке.	Лексический; Префиксальный	Автоматическая оплата сотовой связи, услуг ЖКХ, интернета, кредитов и других услуг	18	Банковская сфера
Аккаунт-менеджер	Подождите, пока с Вами свяжется аккаунт-менеджер.	Лексический; Заимствование, словосложение	Специалист, который работает с клиентами банка в онлайн-чате	1	Телекоммуникации
Геймификационный	СберСпасибо представила новую геймификационную акцию «Футбол».	Лексический; Заимствование, суффиксальный	Связанный с геймификацией (технологией адаптации игровых методов к неигровым процессам)	2	Телекоммуникации
Клик, кликнуть	Переводите в пару кликов в личном кабинете.	Лексический; Заимствование	Нажатие компьютерной мыши	6	Телекоммуникации
Лайфстайл-траты	Карта MAXIM – Tinkoff: повышенный кэшбэк за лайфстайл-траты.	Лексический; Заимствование, словосложение	Траты на бытовые товары и услуги	2	Банковская сфера
Лента	В ленте уведомлений легко найти нужный платёж или перевод.	Семантический	Формат предоставления пользователю интернет-ресурса часто обновляемой информации	12	Телекоммуникации
Маркетплейс	Как понять есть ли доставка из маркетплейсов в мой город?	Лексический; заимствование	Платформа для электронной торговли	5	Телекоммуникации
Миля	Часть потраченных денег вернется милями на карту.	Семантический	Бонус от авиакомпании, который пассажир может потратить на перелет или повышение класса обслуживания	23	Банковская сфера

CC BY

Слово	Пример употребления	Способ появления; способ образования	Значение	Частотность	Сфера употребления
Нотификация	Включите нотификации на экране смартфона.	Лексический; заимствование	То же, что пуш-уведомление	3	Телекоммуникации
Онлайн-консультация, онлайн-заявка, онлайн-перевод, онлайн-калькулятор	Расчет условий на онлайн-калькуляторе.	Лексический; словосложение	Услуги, предоставляемые с помощью сети Интернет	30	Телекоммуникации
Подписка	Оформите подписку СберПрайм на 3 месяца за 1 ₽.	Семантический	Форма совершения покупки, при которой клиент должен регулярно оплачивать повторяющуюся сумму за доступ к товару или услуге.	28	Телекоммуникации
СберБанк Онлайн, СберПрайм+, Сбер ID	Если у вас есть годовая подписка СберПрайм+ ставка 5,9% на первые 3 месяца.	Лексический; словосложение	Продукты, относящиеся к экосистеме Сбербанка	30	Банковская сфера
Тинькофф ID, Tinkoff Pro, Tinkoff Black	Tinkoff ID – это удобная регистрация и подтверждение личности пользователей.	Лексический; заимствование	Продукты, относящиеся к экосистеме Тинькофф	12	Банковская сфера
Сессия	Уведомление: завершить текущую сессию приложения?	Семантический	Сеанс взаимодействия пользователя с приложением	3	Телекоммуникации
СМС-банк	Подключить СМС-банк (Мобильный банк) можно к любому российскому оператору сотовой связи.	Лексический; словосложение	Вид банковского обслуживания, при котором доступ к счетам и операциям по счетам предоставляется через мобильную связь	6	Банковская сфера
Экосистема	Экосистема всех продуктов Тинькофф.	Семантический	Набор технологических сервисов, объединённых вокруг одной компании	10	Банковская сфера

Подводя итог, можно констатировать, что в сфере профессиональной банковской терминологии количество неологизмов сравнительно невелико. Большая часть выделенных нами слов относятся к сфере телекоммуникаций и языку Интернета в целом. Можно сказать, что в связи с развитием новых технологий и каналов связи, в сферу банковского дела проникла лексика из сферы телекоммуникаций. Кроме того, мы можем наблюдать, что заимствования из английского языка активно проникают в язык российского бизнеса, в частности, в сферу

интернет-банкинга, а у существующих слов появляются новые значения благодаря семантическому способу появления неологизмов. Сравнение терминов, используемые банками Тинькофф, Сбербанк и их эквиваленты банка Lloyd's bank, выявило несовпадение значений, связанное с различием применяемых банковских технологий, ориентированных на определенную целевую аудиторию.

Литература

1. Белькова А.Е. Семантико-стилистическая специфика неологизмов в интернет-ресурсах (на материалах сайта NoNaMe). Международный научно-исследовательский журнал, (2015). № 11(42). Ч. 4. С. 8-11.

2. Евсюкова А.С. К проблеме определения понятия и термина "неологизм": Сборник материалов IV Международной научной конференции. 2018. С. 93-97.

3. Кольцова Е.А. Неологизмы английского языка XXI века // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 2017. Т. 8. № 3. С. 604–613. https://doi.org/10.22363/2313-2299-2017-8-3-604-613

4. Сарангова Т.А. Специфика банковских терминов в русском и английском языках // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. № 4. 2012. С. 82-86.

5. Сенько Е.В. Неологизация в современном русском языке: межуровневый аспект. СПб.: Наука, 2007. 356 с.

6. Субботина К.Е. Интернет-банкинг в России: история возникновения, возможности современных систем, проблемы развития // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине: сборник научных трудов III Международной научной конференции, 23-26 мая 2016 г. Томск. В 2 ч. Томск: Изд-во ТПУ, 2016. Ч. 2. С. 259-262.

7. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. 2-е изд. М., 2002.

© Колесова К.В., Рохлина Е.К., 2022