

## НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ: СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ФУНКЦИИ

*Холикулова Юлдуз Шодиевна*

*преподаватель кафедры русского языка и литературы СамГПИ*

*Базарбоева Диана*

*студентка 3 курса факультета языков СамГПИ*

### **Аннотация**

В статье анализируются неологизмы современного русского языка как активный процесс пополнения лексики в эпоху цифровизации, глобализации и социальных изменений. Рассматриваются основные способы образования новых слов: морфологический (префиксация, суффиксация, сложение, аббревиация), семантический (переосмысление значений) и внешнее заимствование (преимущественно из английского языка). Выявляются функции неологизмов: номинативная, экспрессивная, игровая, экономии языковых средств, эвфемистическая. Приводятся многочисленные примеры из сфер интернета, пандемии, бизнеса, молодёжной культуры. Делается вывод о том, что неологизация – неизбежный и в целом позитивный процесс, требующий, однако, разумного отношения и языкового вкуса.

**Ключевые слова:** неологизмы, словообразование, заимствования, семантическая деривация, функции неологизмов, современный русский язык.

### **Neologisms in Modern Russian: Methods of Formation and Functions**

#### **Abstract**

*The article analyzes neologisms of the modern Russian language as an active process of vocabulary expansion in the era of digitalization, globalization and social changes. The main methods of forming new words are considered: morphological (prefixation, suffixation, compounding, abbreviation), semantic (reinterpretation of meaning) and borrowing (mainly from English). The functions of neologisms are revealed: nominative, expressive, playful, economy of linguistic means, euphemistic.*

*Numerous examples from the spheres of the Internet, pandemic, business, youth culture are given. It is concluded that neologization is an inevitable and generally positive process that requires, however, a reasonable attitude and linguistic taste.*

**Keywords:** *neologisms, word formation, borrowings, semantic derivation, functions of neologisms, modern Russian language.*

Язык – живая, постоянно развивающаяся система. Он чутко реагирует на изменения в обществе, науке, технике, культуре. Появление новых предметов, понятий, социальных явлений, технологий неизбежно требует новых наименований. Слова, которые возникают в языке для обозначения ранее не существовавших реалий, называются неологизмами (от греч. *neos* – новый и *logos* – слово). В современную эпоху, характеризующуюся бурным развитием информационных технологий, глобализацией, пандемиями, социальными трансформациями и активной интернет-коммуникацией, процесс неологизации (создания и освоения новых слов) значительно ускорился. Изучение неологизмов актуально не только для лексикологии, но и для стилистики, культуры речи, поскольку новые слова активно проникают в публицистику, разговорную речь, рекламу, официальные тексты. Понимание способов их образования и функций помогает лучше ориентироваться в современном языковом потоке и формировать осознанное отношение к заимствованиям.

В современном русском языке выделяют три основных пути появления неологизмов: морфологический (создание слов из существующих морфем по продуктивным моделям), лексико-семантический (переосмысление значений уже имеющихся слов) и внешнее заимствование (перенос слова из другого языка, чаще из английского). Рассмотрим каждый из них подробно.

1. Морфологический способ. Он наиболее продуктивен и включает несколько словообразовательных типов.

*Суффиксация.* Присоединение суффиксов к производящей основе. Современные неологизмы активно используют суффиксы, придающие разговорную, профессиональную или оценочную окраску.

Примеры: удалёнка (от удалённая работа), виртуалка (от виртуальное общение), зумер (представитель поколения Z), хайпжор (человек, «пожирающий» хайп), ковидник (больной COVID-19 или врач, работающий с ковидными больными), вакцинация (от вакцина), постковидный синдром (здесь суффикс -н-). Суффикс -инг (заимствованный, но освоенный) активно используется: маркетинг, лизинг, тренинг, брендинг – хотя это скорее заимствования целиком.

*Префиксация.* Присоединение приставок. Особенно активны иноязычные приставки: *пост-* (постковидный, постправда, постсоветский), *супер-* (суперуспешный, суперзвезда, суперпредложение), *гипер-* (гиперссылка, гипермаркет, гиперактивный), *ультра-* (ультраמודный, ультраправый), *анти-* (антивирус, антиваксер, антиспам), *контр-* (контртеррористический). Эти приставки легко присоединяются к русским основам, создавая новые качественные и относительные прилагательные. Исконно русские приставки тоже продуктивны: *\*не-\** (недобросовестный), *без-/бес-* (бесконтактный – актуально в пандемию), *пере-* (перегруппировка).

*Префиксально-суффиксальный способ.* Одновременное присоединение приставки и суффикса. Примеры: *обезличенный* (от *лицо*), *прилуниться* (о космическом аппарате – *при-* + *лун-* + *-и-* + *-ться*), *зафрендиться* (от *френд* – добавить в друзья), *расшарить* (от *шэр?* скорее от *share*). В интернет-лексике этот способ даёт глаголы с возвратным постфиксом *\*-ся\**: *загуглиться*, *запоститься*, *завируситься* (стать вирусным в сети).

*Сложение основ (чистое и с интерфиксом).* Создание сложных слов. Соединительные гласные *\*-о-\**, *\*-е-\**: *коронакризис*, *блогосфера*, *зоозащитник*, *киберспортсмен*, *видеоконференция*. Очень продуктивно сложение с иноязычным неизменяемым компонентом: *онлайн-курс*, *офлайн-доступ*, *интернет-магазин*, *IT-специалист*, *SMM-менеджер*, *PR-акция*, *ТОП-менеджер*,

*VIP-клиент*. Такие слова пишутся через дефис, первая часть не склоняется, а вторая склоняется по общим правилам.

*Аббревиация* (сложение сокращённых частей). Создание сложносокращённых слов: *ковид* (от COVID-19), *зум* (Zoom – программа для видеоконференций, породила глагол *зумиться*), *мессенджер* (от английского messenger, но не аббревиатура), *смс* (SMS), *айтишник* (IT-специалист). Аббревиатуры часто становятся полноценными словами, склоняются и обзаводятся производными.

2. Лексико-семантический способ (семантическая деривация). Он заключается в появлении у уже существующего слова нового значения на основе метафоры, метонимии или аналогии. Это внутренние ресурсы языка, которые не увеличивают количество слов, но обогащают смысловую структуру.

Примеры:

- *Аватар* (иконка пользователя в соцсетях и играх) – от термина, обозначающего воплощение божества в индуизме.
- *Стена* (в социальных сетях – место для записей) – перенос по аналогии с физической стеной, на которой можно что-то писать.
- *Зеркало* (копия сайта) – метафора отражения.
- *Мусор* (ненужная информация, спам) – метафора.
- *Цифра* (вместо «цифровая экономика», «цифровые технологии») – субстантивация прилагательного.
- *Взрыв* (резкий рост популярности, например, «взрыв мемов»).
- *Паутина* (Интернет) – традиционная метафора, но в новых контекстах оживает.

Семантические неологизмы экономны, выразительны и органично вписываются в систему языка.

3. Заимствования – самый заметный источник неологизмов в последние десятилетия, преимущественно из английского языка (англицизмы). Причины: доминирование английского в интернете, бизнесе, науке, массовой культуре, а

также престижность использования иностранных слов для некоторых социальных групп.

Примеры по сферам:

- *Интернет и IT: лайфхак, фейк, троллинг, хайп, хейт, кринж, вайб, фолловер, блогер, стример, тиктокер, инстаграм, телеграм-канал, чат-бот, смайлик, браузер, провайдер.*
- *\*Пандемия COVID-19\*: ковид, локдаун, коронавирус, бустер, антиваксер, постковид, самоизоляция (калька с английского *self-isolation*), социальное дистанцирование.*
- *Бизнес и экономика: консалтинг, менеджмент, стартап, коворкинг, бренд, брендинг, франчайзинг, аутсорсинг, дедлайн.*
- *Молодёжная культура и психология: челлендж, краш, токсик, шипперить, флексить, хайпжор, криповый, абьюз, газлайтинг.*
- *Техника: смартфон, планшет, ноутбук, кликбейт (от *click* и *bait*).*

Заемствования часто конкурируют с исконными русскими словами, но не всегда вытесняют их.

Злоупотребление заимствованиями ведёт к засорению речи, но их разумное использование обогащает язык.

Неологизмы выполняют в языке и речи несколько важных функций.

1. Номинативная (назывная) функция – основная. Неологизмы называют новые реалии, для которых в языке нет подходящего наименования: *смартфон, планшет, чат-бот, мессенджер, ковид, локдаун*. Без них невозможно обсуждать современные технологии и общественные явления.
2. Экспрессивная (выразительная) функция. Многие неологизмы, особенно разговорные, несут эмоциональную оценку: *хайп* (шумный ажиотаж, часто с иронией), *кринж* (испанский стыд, неловкость), *вайб* (хорошая атмосфера, положительная эмоция), *токсик* (неприятный человек), *зрада* (украинизм в российском интернет-дискурсе – негатив).

Экспрессивные неологизмы делают речь ярче и образнее, позволяют выразить сложные оттенки чувств.

3. Игровая функция. Неологизмы часто создаются для языковой игры, шуток, иронии, в целях самоиронии или создания комического эффекта. Примеры: *филологизм*, *твиттерщица*, *погуглить*, *защвар в квадрате*, *мемологично*, *ботоглаз*. Они характерны для интернет-коммуникации, мемов, шуток. Игровые неологизмы способствуют развитию речевой креативности.

4. Функция экономии языковых средств. Одно сложное слово или аббревиатура заменяет длинное описательное наименование: *удалёнка* вместо «работа в удалённом режиме», *фан-зона* вместо «специальная зона для болельщиков», *киберспортсмен* вместо «спортсмен, участвующий в соревнованиях по компьютерным играм», *пандемия* вместо «массовое инфекционное заболевание, охватившее весь мир». Экономия ускоряет коммуникацию и удобна для заголовков.

5. Эвфемистическая функция (функция речевой маски). Некоторые неологизмы призваны смягчить, завуалировать неприятные или опасные реалии. Примеры: *особенности* (вместо «недочёты, проблемы»), *урегулирование* (подавление), *коллатеральные потери* (жертвы среди гражданских), *мобилизация* (призыв на войну). Эти примеры скорее из политического дискурса. В повседневной речи: *нестандартная ситуация* (вместо «проблема»), *активный возраст* (вместо «пожилой»). Эвфемистические неологизмы помогают соблюдать политкорректность, но могут использоваться для манипуляции.

Неологизмы – это нормальный, неизбежный и в целом позитивный процесс развития языка. Однако их избыточное, немотивированное употребление делает речь непонятной, особенно для старшего поколения. Некоторые неологизмы быстро устаревают (например, *кликбейт* ещё жив, но некоторые интернет-сленгизмы уходят). Другие закрепляются в языке и

переходят в разряд обычной лексики (*компьютер, интернет, смартфон, электронная почта*).

Важно различать уместные неологизмы, называющие новое явление или экономичные речевые усилия, и псевдонеологизмы, используемые ради моды или для демонстрации «продвинутой». Журналистам, учителям, публичным людям следует помнить о чувстве меры и целевой аудитории. Нельзя перегружать текст заимствованиями, если есть точные русские аналоги. В то же время не стоит отвергать все неологизмы; язык должен отражать современность.

Неологизмы в современном русском языке отражают динамику общественной жизни. Основные способы их образования – морфологический (суффиксация, префиксация, сложение, аббревиация), семантический (новые значения старых слов) и заимствования (преимущественно из английского языка). Функции неологизмов разнообразны: номинативная, экспрессивная, игровая, экономия языковых средств, эвфемистическая. Появление новых слов – это не признак упадка, а свидетельство жизненной силы языка.

### Литература

1. Виноградов В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. — М.: Высшая школа, 2001.
2. Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое: исследования по современному русскому языку и социолингвистике. — М.: Языки славянской культуры, 2004.
3. Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование. — М.: Флинта, 2011.
4. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. — М.: Педагогика-Пресс, 1994.
5. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. — М.: Логос, 2003.
6. Гловинская М. Я. Активные процессы в грамматике // Язык конца XX века. — М.: Наука, 1996. — С. 237–305.