НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Хамидова Шахло Пулат кизи
Преподаватель кафедры «Инновации начального образования»
Наманганского государственного педагогического института
Вохиджанова Сабина
Студентка направления «Начальное образование» факультета педагогики Наманганского государственного педагогического института
Хабибжанова Шахзода
Студентка направления «Начальное образование» факультета педагогики Наманганского государственного педагогического института
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23688282

Аннотация. В статье рассматриваются неологизмы в современном русском языке. Раскрывается понятие неологизма и причины появления новых слов. Особое внимание уделяется влиянию интернета, социальных сетей и современных технологий на развитие русского языка. Приводятся примеры современных неологизмов и рассматривается их роль в повседневной речи.

Ключевые слова: русский язык, неологизмы, новые слова, современная речь, интернет, социальные сети, технологии.

ZAMONAVIY RUS TILIDAGI NEOLOGIZMLAR

Xamidova Shaxlo Pulat qizi
Boshlang’ich ta’lim innovatsiyalari kafedrasi o‘qituvchisi Namangan davlat pedagogika instituti
Vohidjonova Sabina
«Boshlang‘ich ta’lim» yo‘nalishi talabasi Namangan davlat pedagogika instituti
Habibjonova Shahzoda
«Boshlang‘ich ta’lim» yo‘nalishi talabasi Namangan davlat pedagogika instituti

Annotatsiya. Maqolada zamonaviy rus tilidagi neologizmlar ko‘rib chiqiladi. Neologizm tushunchasi va yangi so‘zlarning paydo bo‘lish sabablari ochib beriladi. Internet, ijtimoiy tarmoqlar va zamonaviy texnologiyalarning rus tilining rivojlanishiga ta’siriga alohida e’tibor qaratiladi. Zamonaviy neologizmlarga misollar keltiriladi va ularning kundalik nutqdagi o‘rni ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: rus tili, neologizmlar, yangi so‘zlar, zamonaviy nutq, internet, ijtimoiy tarmoqlar, texnologiyalar.

NEOLOGISMS IN THE MODERN RUSSIAN LANGUAGE

Khamidova Shakhlo
Teacher at the Department of “Innovations in Primary Education”
Namangan State Pedagogical Institute

Vohidjonova Sabina
Student majoring in «Primary Education» Namangan State Pedagogical Institute
Habibjonova Shahzoda
Student majoring in «Primary Education» Namangan State Pedagogical Institute

Abstract. The article examines neologisms in the modern Russian language. The concept of a neologism and the reasons for the emergence of new words are described. Particular attention is paid to the influence of the Internet, social networks and modern technologies on the development of the Russian language. Examples of modern neologisms are given, and their role in everyday speech is considered.

Keywords: Russian language, neologisms, new words, modern speech, Internet, social networks, technologies.

Русский язык, как и любой живой язык, находится в состоянии постоянного развития. В жизни общества регулярно появляются новые предметы, технологии, профессии и явления, которые нуждаются в наименовании. Для их обозначения в языке возникают новые слова, называемые неологизмами.

Неологизмы являются неотъемлемой частью современного русского языка: они позволяют называть и уточнять новые понятия и точнее выражать мысли. Словарный состав языка — наиболее подвижный его уровень, который прямо и быстро реагирует на изменения в жизни общества. Если грамматический строй языка меняется на протяжении столетий, то лексика обновляется буквально на глазах одного поколения.

Актуальность исследования обусловлена интенсивным пополнением лексики русского языка в конце XX — начале XXI века. По мнению исследователей, этот период отличается особой активностью языковых процессов, связанной с социальными и политическими переменами, открытостью общества и стремительным развитием цифровых технологий [1; 2]. Интернет и социальные сети не только порождают новые слова, но и значительно ускоряют их распространение.

Цель статьи — рассмотреть понятие неологизма, выявить основные причины и способы появления новых слов, охарактеризовать тематические группы современных неологизмов, а также определить их роль в современной речи. Материалом исследования послужили слова, активно употребляемые в интернет-коммуникации, средствах массовой информации и повседневной речи. В работе использованы описательный метод, метод сплошной выборки и элементы словообразовательного анализа.

Неологизмы (от греч. *neos* — «новый» и *logos* — «слово») — это новые слова или новые значения уже существующих слов, появившиеся в языке сравнительно недавно [5; 7]. В современной речи широко употребляются, например, такие слова, как *блогер, онлайн, чат, подписка, лайк, репост, стример*. Большинство из них возникло в связи с развитием интернета и цифровых технологий.

Главный признак неологизма — ощущение новизны, которое испытывают носители языка. Этот признак является относительным и временным. По мере распространения слова и его закрепления в повседневном употреблении носители языка

перестают воспринимать его как новое, и слово переходит в состав общеупотребительной лексики. Так, слова *спутник* (в значении «искусственный спутник Земли»), *компьютер*, *телевизор* в своё время были неологизмами, а сегодня воспринимаются как привычные. То же самое происходит и со многими словами, появившимися в последние десятилетия: *интернет, сайт, смартфон* уже почти утратили оттенок новизны.

В лингвистике принято выделять несколько типов неологизмов. По способу появления различают **лексические неологизмы** — совершенно новые слова (*блогер, селфи, стример*), и **семантические неологизмы** — новые значения уже существующих слов. Например, слово *облако* приобрело значение «удалённое хранилище данных», слово *вирус* — значение «вредоносная компьютерная программа», а слово *подписка* — значение «регулярное получение обновлений страницы или канала в интернете».

По сфере употребления различают **общеязыковые неологизмы**, которые возникают для обозначения новых понятий и постепенно входят в словарный состав языка, и **индивидуально-авторские (окказиональные) неологизмы**, созданные писателями и поэтами для достижения особого художественного эффекта. Подробное описание окказиональных образований представлено в работе В.В. Лопатина [5]. Окказионализмы, как правило, остаются принадлежностью конкретного текста и не входят в общее употребление.

Фиксацией новых слов занимается особая отрасль лексикографии. Одним из первых опытов систематического описания новой лексики стала серия словарей-справочников «Новые слова и значения», начатая под редакцией Н.З. Котеловой [6]. Подобные издания позволяют проследить, какие слова закрепляются в языке, а какие исчезают из употребления, так и не став общепринятыми.

Причины появления новых слов принято делить на внешние (экстралингвистические) и внутренние (лингвистические).

Главной внешней причиной является развитие общества. Прогресс в области науки, техники, медицины, экономики и культуры сопровождается возникновением новых понятий, для которых требуются наименования. Особенно ярко этот процесс проявляется в сфере компьютерных технологий, развитие которых привело к появлению таких слов, как *смартфон, нейросеть, чат-бот, киберспорт*. Важную роль играют также изменения в общественной и экономической жизни, международные контакты и процессы глобализации, в результате которых в язык проникают названия новых реалий из других культур.

К внешним причинам относятся и значимые события общественной жизни. Так, в период пандемии 2020 года в активное употребление вошли слова *самоизоляция, удалёнка, дистант, ковидный*, а слово *маска* стало употребляться значительно чаще, чем прежде.

Среди внутренних причин выделяют стремление языка к экономии речевых средств: вместо описательного оборота удобнее использовать одно слово (*фрилансер* вместо «человек, работающий без постоянного работодателя», *дедлайн* вместо «крайний срок выполнения работы»). Кроме того, новые слова возникают из-за потребности в выразительности, в более эмоциональном и образном обозначении уже известных явлений, а также из-за стремления уточнить значение понятия и разграничить близкие понятия.

Новые слова появляются в языке различными способами. Одним из наиболее продуктивных в современный период является **заимствование**, прежде всего из английского языка: *блогер, стример, хайп, фрилансер, краудфандинг, таргетолог*. Как отмечает М.А. Кронгауз, массовый приток англицизмов характерен для современного русского языка, однако заимствованные слова быстро подчиняются его грамматическим законам [4].

Широко используется **аффиксация** — образование новых слов с помощью приставок и суффиксов. При этом русские аффиксы часто присоединяются к заимствованным основам: *блогер → блогерский, блогерство; лайк → лайкать, залайкать; гугл → гуглить, загуглить; шер → зашерить*. Это свидетельствует о том, что заимствованные слова активно осваиваются русским языком.

Продуктивным способом является **словосложение**: *видеодомофон, аэрогриль, робот-пылесос, смарт-телевизор, киберспорт, веб-дизайнер*. Широко распространена также **аббревиация** и усечение слов, особенно в разговорной речи и интернет-общении: *комп* (компьютер), *инет* (интернет), *ЛС* (личные сообщения).

Наконец, новые единицы возникают в результате **семантической деривации**, то есть развития у слова нового значения (*облако, вирус, мышь, окно*), и **калькирования** — поморфемного перевода иноязычного слова (*мышь* от англ. *mouse*, *умный дом* от англ. *smart home*).

Анализ собранного материала позволяет выделить несколько тематических групп современных неологизмов.

Наиболее многочисленную группу составляют слова, связанные с **интернетом и цифровыми технологиями**: *онлайн, чат, бот, нейросеть, лайк, репост, подписчик, хештег, контент, стрим, облачный*. Отдельную подгруппу образуют слова, обозначающие **новые профессии**: *блогер, стример, таргетолог, SMM-специалист, веб-дизайнер, тестировщик, копирайтер*.

Вторую группу составляют слова из сферы **экономики и бизнеса**: *стартап, краудфандинг, коворкинг, фриланс, кешбэк, маркетплейс*. Многие из них связаны с новыми формами работы и торговли, которые распространились благодаря интернету.

Третью группу образуют названия **бытовых предметов и технических устройств**: *умный дом, робот-пылесос, видеодомофон, смарт-телевизор, аэрогриль, пауэрбанк*. Эти слова быстро переходят в разряд общеупотребительных, поскольку обозначают предметы повседневного обихода.

Отдельно можно выделить слова, отражающие **образ жизни и общение**: *хайп, лайфхак, челлендж, селфи, фолловер*. Эти слова особенно распространены в молодёжной среде и нередко имеют экспрессивную окраску.

Появление нового слова ещё не означает, что оно закрепится в языке. Для этого неологизм должен пройти процесс освоения, который включает несколько сторон. **Графическое освоение** проявляется в переходе от латинского написания к кириллическому (*online → онлайн*). **Фонетическое освоение** связано с подчинением слова законам русского произношения. **Грамматическое освоение** выражается в том, что слово начинает изменяться по падежам и числам, получает категорию рода: *блогер* —

блогера — блогеры. Наконец, **словообразовательное освоение** проявляется в появлении у заимствованного слова производных: *блогерский, блогерство, лайкнуть, залайкать*.

Чем полнее слово освоено языком, тем меньше оно воспринимается как новое и чужое. Одновременно часть неологизмов так и не закрепляется в языке и выходит из употребления вместе с явлением, которое они обозначали. Такие слова остаются лишь в текстах определённого периода.

Неологизмы выполняют важную номинативную функцию: они позволяют быстро и точно называть новые понятия, делают речь более современной и облегчают общение на темы, связанные с наукой, технологиями и интернетом. Благодаря неологизмам язык своевременно отражает изменения, происходящие в мире, и сохраняет способность обслуживать все сферы жизни общества.

Вместе с тем активное появление новых, особенно иноязычных, слов может затруднять понимание речи. В первую очередь это касается людей старшего поколения и тех, кто редко пользуется интернетом. Однако некоторые слова, например, *краудфандинг, таргетолог, дедлайн, фрилансер, хайп*, могут вызывать затруднения и у молодёжи. Кроме того, ряд неологизмов употребляется лишь в определённых социальных или профессиональных группах и остаётся непонятным для остальных носителей языка.

Ещё одна проблема связана с неоправданным употреблением заимствований в тех случаях, когда в русском языке уже есть равноценные слова. Например, вместо *дедлайн* можно сказать *крайний срок*, вместо *ивент — мероприятие*, вместо *фидбэк — отзыв* или *обратная связь*. Злоупотребление такими словами засоряет речь и снижает её понятность.

Новые слова особенно быстро распространяются в молодёжной среде [4]. Молодые люди активно пользуются интернетом и социальными сетями, поэтому новые выражения стремительно входят в их повседневную речь. В интернет-общении часто встречаются глаголы, образованные от заимствованных основ по продуктивным словообразовательным моделям русского языка: *загуглить, зашерить, залайкать, забанить*.

Для молодёжной речи характерны стремление к краткости, игре со словом и эмоциональности. Этим объясняется популярность усечённых форм и экспрессивных заимствований. Многие такие слова живут недолго: они быстро входят в моду и так же быстро сменяются новыми.

Вместе с тем употребление подобных слов уместно не во всякой коммуникативной ситуации. В официальной, деловой и научной речи предпочтительно использовать литературные, общепонятные эквиваленты. Таким образом, важным условием культуры речи является умение оценивать уместность неологизма в конкретной ситуации общения.

В современной лингвистике неологизмы изучаются не только с точки зрения их происхождения и функционирования, но и в когнитивном аспекте, то есть с точки зрения того, как в новых словах отражается человеческое мышление и восприятие мира. Как указывает Л.Ю. Касьянова, «когнитивный подход в теории неологизации связан с представлением неометафоризации как базового когнитивно-дискурсивного процесса» [3, с. __].

Метафоризация объединяет две понятийные сферы, благодаря чему уже существующее слово получает новое значение. Человек осмысляет новое, неизвестное явление через уже знакомое. Так, компьютерное устройство ввода было названо *мышью*

по сходству формы, хранилище данных в сети — *облаком*, так как оно находится «где-то вне» устройства пользователя, а вредоносная программа — *вирусом*, поскольку она, подобно болезни, распространяется и наносит вред. Подобные примеры показывают, что неологизмы отражают не только развитие техники, но и особенности человеческого мышления.

Изучение неологизмов имеет и практическое значение, в том числе в процессе обучения русскому языку. Работа с новыми словами помогает учащимся понять, что язык — это живая, развивающаяся система. Анализ неологизмов позволяет закрепить знания о способах словообразования, заимствованиях и лексическом значении слова.

На занятиях можно предлагать учащимся задания на определение значения неологизмов, подбор к ним русских соответствий, анализ их словообразовательной структуры, а также оценку уместности их употребления в различных речевых ситуациях. Такая работа способствует развитию языкового чутья и формированию культуры речи.

Неологизмы являются одним из важнейших показателей развития русского языка. Мир и человек не стоят на месте, и язык также не остаётся неизменным: вместе с развитием технологий, научными открытиями и появлением новых предметов возникают новые слова. Язык развивается благодаря своим носителям, и неологизмы свидетельствуют о его способности приспосабливаться к новым условиям.

Проведённый анализ показывает, что основными причинами появления неологизмов являются развитие науки и техники, изменения в общественной жизни и международные контакты, а также внутренние потребности языка в экономии и выразительности. Новые слова образуются путём заимствования, аффиксации, словосложения, аббревиации и развития новых значений. Наиболее активно пополняется лексика, связанная с интернетом, цифровыми технологиями, экономикой и бытом.

Неологизмы обогащают словарный состав языка и выполняют важную номинативную функцию, однако их чрезмерное и неуместное употребление может затруднять коммуникацию. Поэтому важно правильно понимать значение новых слов и уместно использовать их в речи.

Список литературы:

1. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке. — М.: Логос, 2003.
2. Turg‘unoy Jo‘rayeva, Dilnoza Yuldasheva BOSHLANG‘ICH SINF O‘QUVCHILARI UCHUN AXLOQIY TARBIYANING MAZMUNI VA MOHIYATI//CAJMRMS. 2025. №6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/boshlang-ich-sinf-o-quvchilari-uchun-axloqiy-tarbiyaning-mazmuni-va-mohiyati
3. Акбаралиевна М.Д. Роль чтения в личностном развитии // Европейский журнал инноваций в неформальном образовании. – 2021. – Т. 1. – №. 2. – С. 138-141.
4. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. — М.: Языки славянских культур, 2008.
5. OCHILOVA F. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ВЛИЯНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА КРЕАТИВНОСТЬ СТУДЕНТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ //«АСТА NUUz». – 2025. – Т. 1. – №. 1.12. 1. – С. 121-123.