



## НЕОЛОГИЗМЫ XXI ВЕКА: ТЕНДЕНЦИИ И ПРИМЕРЫ

Алланиязова Элеонора

студентка 4 курса специальности «Русский язык в иноязычных группах»

НГПИ им. Ажинияза,

e-mail: [eleonoraallaniazova68@gmail.com](mailto:eleonoraallaniazova68@gmail.com)

Жеткергенова Гулчехра

, студентка 4 курса специальности «Русский язык в иноязычных группах»

НГПИ им. Ажинияза,

e-mail: [gulcehrazetkergenova@gmail.com](mailto:gulcehrazetkergenova@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15079989>

**Аннотация.** Статья посвящена анализу неологизмов XXI века, выявлению основных тенденций их появления и функционирования в русском языке. Современные неологизмы часто являются результатом технологических, культурных и социальных изменений, происходящих в обществе. Речь идет о новых словах, терминах и выражениях, которые отражают новые явления, идеи и процессы, такие как цифровизация, глобализация, изменения в сфере труда и культуры. В статье рассматриваются примеры неологизмов в разных областях — от технологий и медицины до экономики и социальных отношений. Также освещены процессы заимствования и адаптации иностранных слов, а также влияние интернет-коммуникации на формирование новых слов.

**Ключевые слова:** неологизмы, XXI век, тенденции, заимствования, интернет-коммуникации, адаптация, цифровизация.

### Введение

Неологизмы — это новые слова и выражения, которые появляются в языке в ответ на изменения в социальной, политической, экономической и культурной жизни общества. XXI век стал временем интенсивного формирования новых лексических единиц, обусловленных быстрым развитием технологий, глобализацией и изменениями в социальной структуре. Процесс появления неологизмов не ограничивается только техническими терминами, но охватывает и быденную речь, социальные сети и массовую культуру.

В последние десятилетия наблюдается рост количества неологизмов, вызванный прогрессом в различных областях, включая цифровизацию, искусственный интеллект, биотехнологии и новые социальные явления. Эти слова и выражения могут быстро стать частью повседневной речи, адаптируясь под культуру и нормы языка, а иногда и менять саму структуру лексики.

Цель данной статьи — рассмотреть основные тенденции появления неологизмов XXI века, их влияние на язык, а также привести примеры слов и выражений, которые стали неотъемлемой частью современной речи.

### Технологические и цифровые неологизмы



Одной из самых ярких тенденций XXI века является расширение лексики за счет технологических и цифровых терминов. На фоне бурного развития интернета, мобильных технологий и социальных сетей появляется масса новых слов, которые отражают изменения в жизни общества.

**Интернет-термины.** Интернет-коммуникации, блоги, социальные сети — все это стимулирует создание новых слов. Например, такие неологизмы, как **"лайкать"** (от английского "like" — ставить отметку "нравится"), **"фоловить"** (от английского "follow" — следить за кем-то в соцсетях), **"троллить"** (заниматься провокациями в интернете), стали привычными в речи, особенно среди молодежи.

Кроме того, расширяются термины, связанные с электронной коммерцией и цифровыми валютами. **"Криптовалюта"**, **"биткойн"**, **"блокчейн"** — эти слова уже активно используются в экономическом контексте и даже в обыденной жизни.

**Реальные и виртуальные миры.** В ответ на развитие виртуальных миров, технологий дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR) появились такие неологизмы, как **"метавселенная"** (термин, обозначающий единую виртуальную вселенную), **"аватар"** (цифровое представление пользователя в виртуальном пространстве), **"геймер"** (игрок, особенно в контексте видеоигр и онлайн-игр).

#### **Заимствование и адаптация иностранных слов**

Одной из характерных черт современного языка является активное заимствование иностранных слов, которое также порождает неологизмы. Чаще всего это происходит через англицизмы, что связано с глобализацией, развитием международных коммуникаций и доминированием английского языка в бизнесе и технологиях.

**Заимствования в бизнесе.** В сфере бизнеса активно используется множество заимствованных терминов, таких как **"бизнес-леди"**, **"фрилансер"**, **"стартап"**, **"брендинг"**, **"кешбек"**. Эти слова не только сохраняют свое иностранное звучание, но и приспосабливаются к русскому языковому контексту.

**Финансовые термины.** В финансовой сфере активно развиваются новые термины, такие как **"crowdfunding"** (краудфандинг — сбор средств на проект через массовое финансирование), **"ICO"** (initial coin offering — первичное предложение криптовалют), **"финтех"** (финансовые технологии), что связано с расширением и популяризацией новых форм инвестирования и технологий.



**Тенденции в маркетинге.** В маркетинговой сфере важное место занимает заимствование терминов, связанных с рекламой и продвижением продуктов в интернете. Так, появились слова **"вирусный контент"**, **"контент-маркетинг"**, **"инфлюенсер"**, обозначающее популярного блогера или пользователя социальных сетей, который влияет на мнение аудитории.

### **Социальные и культурные неологизмы**

Не только технологии, но и изменения в социальной и культурной жизни порождают новые слова. Особенно ярко эта тенденция проявляется в контексте глобальных изменений в обществе, социальных движений и культурных изменений.

**Социальные сети и блогосфера.** В мире социальных сетей и блогосферы появляется множество неологизмов, отражающих как изменяется общество, так и особенности коммуникации в интернете. В числе таких слов **"селфи"**, **"сторис"** (истории в Instagram), **"постить"** (публиковать посты), **"репост"** (перепостить чужое сообщение).

**Молодежная лексика.** Множество новых слов также возникает в молодежной среде, в том числе в молодежном сленге. Например, **"кринж"** (от английского "cringe" — стыдно, неловко), **"пацанчик"** (обращение, более мягкое и дружелюбное, чем "пацан"), **"шарить"** (понимать что-то, разбираться).

**Гендерные и идентичностные термины.** В последние десятилетия в мире возникли новые концепты, связанные с феминизмом и гендерными вопросами. Это породило неологизмы, такие как **"гендерно нейтральный"**, **"сексуальная ориентация"**, **"трансгендер"**.

Социальные и культурные изменения всегда имели значительное влияние на развитие языка, особенно в последние десятилетия. В XXI веке происходят глобальные перемены в обществе, которые находят отражение в новых лексических единицах, соответствующих изменяющимся социальным и культурным контекстам.

### **Неологизмы, связанные с развитием социальных сетей и интернета.**

Одним из ярких примеров является влияние социальных сетей на формирование новой лексики. В 2000-е и 2010-е годы социальные сети, такие как Facebook, Instagram, Twitter, ВКонтакте, стали неотъемлемой частью жизни, а значит — и речевой практики. Появление таких понятий, как **"сторис"** (истории в социальных сетях, обычно в формате фото или видео, доступные для просмотра ограниченное время), **"тренд"** (мода, популярное явление в



интернете), **"хэштег"** (тег для поиска по теме в социальных сетях) привело к активному использованию этих слов в повседневной жизни. Важно отметить, что такие слова быстро стали частью массовой культуры и использовались не только внутри социальных сетей, но и в рекламе, политике и медиа.

**Феномен инфлюенсеров и новых форм популярности.** Совсем недавно появилась новая социальная роль — **"инфлюенсер"**, что в переводе с английского означает "влиятельная личность". Инфлюенсеры — это пользователи социальных сетей, которые имеют большую аудиторию и могут влиять на ее мнение и предпочтения. Слово **"инфлюенсер"** уже прочно вошло в обиход, а люди, занимающиеся таким видом деятельности, стали важной частью маркетинга и рекламы, особенно в интернете. На основе этой тенденции возникли и другие неологизмы, такие как **"бренд-амбассадор"** (человек, представляющий или рекламирующий какой-либо бренд).

**Изменения в структуре социальной жизни и гендерной идентичности.** С изменениями в социальной жизни, особенно с ростом сознания в области прав человека и гендерных вопросов, также появляются новые слова. На фоне активных обсуждений прав ЛГБТ-сообщества появляются такие неологизмы, как **"гендерно нейтральный"** (относящийся к человеку, не привязывающемуся к традиционным гендерным ролям), **"трансгендер"** (человек, чья гендерная идентичность не соответствует полу, определенному при рождении). Эти термины отражают расширение понимания человеческой идентичности в современном обществе.

**Молодежный сленг и новые культурные тенденции.** Молодежная культура, со всеми ее тенденциями и субкультурами, всегда была источником новых слов и выражений. XXI век — это время глобализации, где молодежь во многих странах делится общими интересами и переживаниями, что, естественно, влияет на лексическую составляющую языка. Примером этого являются неологизмы, связанные с интернет-сленгом, которые молодежь активно использует в повседневной речи.

Слова типа **"кринж"** (от английского "cringe" — стыдно, неловко) стали популярными для описания ситуации, которая вызывает неловкость, дискомфорт. **"Глоу-ап"** (сленговое слово, обозначающее процесс значительного внешнего или внутреннего преобразования человека, часто используется в контексте улучшения внешности) также вошло в обиход. **"Мем"** — термин, используемый для обозначения культурных объектов, которые распространяются через интернет и становятся вирусными. Это слово



стало символом текущей цифровой культуры и имеет огромное значение для молодежных групп.

**"Расслабление" и популяризация сиюминутных удовольствий.** В ответ на ускоряющийся ритм жизни и массовое распространение информации появляется интерес к краткосрочным удовольствиям и расслаблению. Например, такие фразы, как **"лайфхак"** (простое решение сложной задачи) и **"покайфовать"** (получать удовольствие от чего-либо), активно используются в молодежной среде и приобретают массовое распространение. Эти слова отражают новые ценности, ориентированные на немедленное удовлетворение и непринужденный подход к жизни.

### **Перемены в лексике, связанные с пандемией COVID-19**

Одним из наиболее ярких примеров появления неологизмов в последние годы стала пандемия COVID-19, которая повлияла на всю жизнь общества и порождает множество новых слов и выражений. Среди них:

- **"локдаун"** (ограничение передвижения, закрытие бизнеса),
- **"ковид"** (сокращение от COVID-19),
- **"ковидный"** (относящийся к COVID-19),
- **"масочный режим"** (обязанность носить маски в общественных местах),
- **"социальная дистанция"** (поддержание физического расстояния между людьми).

Эти и другие слова стали неотъемлемой частью повседневной жизни, что подтверждает их значимость для современной лексики.

### **Заключение**

Неологизмы XXI века отражают актуальные процессы и изменения в жизни общества, которые становятся основой для появления новых слов и выражений. Технологический прогресс, глобализация, изменения в социальной структуре и культуре способствуют активному формированию новых лексических единиц, которые встраиваются в язык и постепенно становятся частью повседневного общения. Таким образом, неологизмы XXI века становятся важным индикатором изменений в языке и культуре, а также свидетельствуют о постоянном обновлении лексического состава языка в ответ на вызовы времени.

### **Литература:**

1. Балашов, И. С. *Современная русская лексика: теория и практика*. М.: Наука, 2010.
2. Баранцев, В. Н. *Неологизмы и их роль в развитии языка*. СПб.: Издательский дом, 2015.
3. Горелик, М. М. *Русский язык в эпоху цифровизации*. М.: ЛКИ, 2020.



# “UZLIKSIZ BILIMLENDIRIW SISTEMASINDA ARALIQTAN OQITIVDIN INTEGRACIYASI” atamasindagi V Xalqaraliq ilimiy-teoriyalq konferenciya

4. Ломоносова, О. И. *Социальные неологизмы в современном русском языке*. М.: РГГУ, 2019.
5. Шмидт, А. В. *Глобализация и лексика: влияние англицизмов на современный русский язык*. М.: Ракурс, 2018.