

Задикян Элина Самвеловна, Студент
Сочинский государственный университет

Березовская Лариса Геннадьевна
кандидат филологических наук, доцент
Сочинский государственный университет

РОЛЬ НЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ И ИХ ФУНКЦИЯ ОТРАЖЕНИЯ АКТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ

Аннотация. В статье рассматривается роль неологизмов в современном русскоязычном медиадискурсе как индикаторов социальных и культурных изменений. Раскрывается понятие неологизма, анализируются основные тематические группы неологизмов, функционирующих в российских СМИ (технологическо-цифровая, общественно-политическая, социальная, культурно-субкультурная), а также проблема коммуникативного разрыва между учителями и учащимися, обусловленная активным использованием молодежного сленга. Особое внимание уделяется результатам формирующего педагогического эксперимента в 6-х классах, доказавшего эффективность целенаправленной работы с неологизмами в образовательном процессе.

Ключевые слова: Неологизм, медиадискурс, молодежный сленг, коммуникативный разрыв, социальные процессы, культурные изменения, словообразование, формирующий эксперимент.

Современный русский язык находится в состоянии активного развития, и одним из наиболее заметных процессов в нем является появление новых слов – неологизмов. Особый интерес представляют неологизмы, функционирующие в медиадискурсе, поскольку именно средства массовой информации становятся той средой, где новые лексические единицы возникают, закрепляются и распространяются с максимальной скоростью. Эти слова не только называют новые явления, но и становятся своеобразными маркерами времени, отражая важнейшие изменения в жизни общества [7, с. 22].

В лингвистике под неологизмом понимается слово или словосочетание, обладающее новизной формы и содержания в текущий момент времени, закрепляющее новое социокультурное значение и прошедшее этап окказионального употребления. Основными характеристиками неологизма являются: обозначение нового предмета или явления, новизна и необычность формы и содержания, границы появления и существования слова в языке, пространство (сфера) употребления нового слова. Как отмечает С.И. Алаторцева, новые слова и выражения создаются для обозначения новых понятий, появляющихся в той или иной культуре, они номинируют политические и социальные явления, называют реалии моды, продукты питания [1, с. 18]. Вслед за А.А. Брагиной и Р.А. Будаговым, мы рассматриваем неологизмы как отражение динамики общественного сознания, фиксирующее сдвиги в ценностных ориентирах носителей языка [2; 3].

Анализ медиаматериалов за 2020–2025 гг. позволяет выделить четыре основные тематические группы неологизмов, функционирующих в современных российских СМИ [10].

Наиболее многочисленную и динамично развивающуюся группу составляют неологизмы технологической и цифровой сферы. В рамках этой группы исследователь выделяет несколько типов неологизмов: семантические неологизмы – ранее знакомые слова, у которых появились новые значения (например, лексема «пост», которая в сфере СМИ приобрела значение «небольшой информационный блок социальной сети»); лексические неологизмы – слова, образованные по продуктивным моделям (файл-сервер, экстранет, капча). Значительный пласт технологических неологизмов связан с развитием искусственного интеллекта: промпт, слоп, брейнрот, вайб-кодер. Еще одним значимым неологизмом



цифровой эпохи является «брейнрот» (от англ. brain rot – «разложение мозга»), обозначающий состояние интеллектуальной деградации, вызванное потреблением низкокачественного интернет-контента [6].

Общественно-политические неологизмы традиционно выступают одной из наиболее активных сфер неологизации. К числу значимых политических неологизмов последних лет относятся фейк, фейк-ньюс, постправда, троллинг, бот, гибридная война, импортозамещение. Особый интерес представляют неологизмы, возникающие в результате резонансных общественно-политических событий. Например, после скандальной «голой вечеринки» Анастасии Ивлеевой в языке закрепились такие выражения, как «головечеринники» и «свитер/водолазка извинений»; в связи с делом о мошенничестве с квартирой Ларисы Долиной – «схема Долиной», «эффект Долиной», «бабушкин вариант» [4]. Как показывают исследования Л.Ф. Шангараевой, Н.А. Депутатовой и Н.П. Поморцевой, образование подобных неологизмов в медиаполитическом дискурсе часто осуществляется через конверсию и словосложение, что позволяет оперативно реагировать на изменяющуюся политическую повестку [8]. Подобные процессы, как справедливо отмечает Р.А. Будагов, демонстрируют тесную связь языковых инноваций с социально-политической динамикой общества [3].

Третью крупную группу составляют социальные неологизмы, отражающие изменения в социальной сфере. Особого внимания заслуживают неологизмы, связанные с пандемией COVID-19: ковид, локдаун, удаленка, ковид-диссидент, антимаасочник. Важным социальным неологизмом 2024–2025 годов стало слово «тревожность», признанное главным словом года широкой аудиторией, а также «выгорание», занявшее второе место в экспертном рейтинге «Слова года – 2025». В сфере финансовой грамотности появились «банковский абьюзер», «инфлейшеншип» (от англ. inflation + relationship). Среди других социальных неологизмов следует назвать «бедроттинг» (практика намеренного пребывания в постели как форма осознанного отдыха) и «бумераскер» (человек, возвращающийся к работе после пенсии) [4].

Четвертая группа включает культурные и субкультурные неологизмы. В эту группу входят такие единицы, как хайп, кринж, вайб, рофл, токсик, краш. Как отмечает С.В. Рогожина, «неологизмы играют важную роль в социальной и профессиональной идентификации. Особенно ярко это проявляется в молодежной культуре, где новые слова маркируют принадлежность к определённой группе или сообществу» [6]. Особого внимания заслуживает слово «вайб», которое, по прогнозу руководителя группы «Словарей новых слов» ИЛИ РАН, «в ближайшее время обязательно войдет в толковые словари» [5]. К числу культурных неологизмов относятся также «сигма» (образ независимого одиночки), «имба» (нечто исключительно хорошее), «ред-флаг» (тревожный сигнал в отношениях).

Современная образовательная среда характеризуется нарастающим коммуникативным разрывом между педагогами и учащимися, что обусловлено стремительной неологизацией речи школьников под влиянием цифровых медиа. Как отмечает Л.В. Шилова, «распад единого семиотического пространства и утрата или сдвиг общего культурного кода привели к тому, что традиционные риторические стратегии преподавателей теряют эффективность» [9].

В ходе исследования нами было проведено анкетирование 8 учителей и 65 учащихся 6-х классов МОБУ СОШ № 13. Результаты показали: 80% учителей регулярно сталкиваются с непониманием сленга учащихся, лишь 15% целенаправленно обсуждают новые слова на уроках, только 5% учителей смогли правильно объяснить значение неологизмов «альтушка», «пикми», «абаюмба». При этом 92% учащихся активно используют неологизмы в повседневной речи, а 65% не задумываются об уместности их употребления в разных речевых ситуациях.

Для проверки гипотезы о возможности преодоления коммуникативного разрыва был проведен формирующий педагогический эксперимент. В экспериментальной



группе (32 учащихся) учителя получили словарь неологизмов; на уроках русского языка проведены специальные занятия («Откуда берутся новые слова?», «Переведи с молодежного на русский»); на занятиях «Разговоры о важном» обсуждались темы взаимопонимания между поколениями. В контрольной группе (33 учащихся) целенаправленная работа не проводилась.

Результаты эксперимента показали: в экспериментальной группе уровень знаний учащихся вырос с 56% до 70% (прирост +14%), тогда как в контрольной группе – с 59% до 65% (+9%). Учителя экспериментальной группы улучшили результат с 58% до 76% правильных ответов, учителя контрольной группы – с 58% до 62%. Творческое задание на придумывание русских аналогов англицизмов («нравилка» для лайк, «критикозлоб» для хейтер, «обманка» для фейк) подтвердило высокий языковой творческий потенциал шестиклассников. Полученные данные согласуются с выводами А.А. Брагиной о том, что осознанное отношение к языковым инновациям формируется в процессе целенаправленной учебной деятельности [2].

Таким образом, исследование подтвердило, что неологизмы выступают в качестве чутких индикаторов социальных процессов, фиксируя изменения в эмоциональной сфере общества (тревожность), структуре досуга (зыринг, деревнинг), гендерных отношениях (капучинщица, ред-флаг, гринфлаг). Культурная функция неологизмов проявляется в фиксации новых культурных феноменов (лабуба), в инструменте культурной рефлексии (невтудверец) и в маркировании поколенческой идентичности (зумер).

Заключение

Проведенное исследование позволяет утверждать, что неологизмы являются не просто лексическими инновациями, а значимым социальным и культурным явлением, отражающим динамику общественных изменений. Комплексный анализ медиадискурса, молодежного сленга и результатов формирующего эксперимента подтвердил выдвинутую гипотезу: неологизмы выступают чуткими индикаторами трансформаций в общественном сознании, системе ценностей и культурных приоритетах.

Особую значимость представляет выявленный коммуникативный разрыв между учителями и учащимися, обусловленный несовпадением активных лексиконов. Результаты эксперимента доказали, что целенаправленная работа с неологизмами в школе (использование словаря неологизмов, система упражнений, творческие задания) эффективно преодолевает этот разрыв, способствуя взаимопониманию между поколениями и формированию осознанного отношения к языковым изменениям.

Практическая значимость исследования заключается в разработанном словаре неологизмов для учителей, системе упражнений и творческих заданий, которые могут быть рекомендованы для использования на уроках русского языка и внеурочных занятиях «Разговоры о важном». Материалы исследования могут служить основой для дальнейших изысканий в области неологии и медиалингвистики, а также для создания методических пособий по проблеме языковых изменений в школе.

Список литературы:

1. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / Алаторцева Светлана Ивановна. – Санкт-Петербург, 2005. – 317 с.
2. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке / А. А. Брагина. – М.: Наука, 2003. – 226 с.
3. Будагов Р. А. Новые слова и значения / Р. А. Будагов // Человек и его язык. – М.: МГУ, 1976. – С. 275–283.
4. Грамота.ру. Слово года – 2025: результаты голосования // Грамота.ру. – URL: <https://gramota.ru> (дата обращения: 21.04.2026).
5. Ефремов В. Словари новых слов ИЛИ РАН / В. Ефремов. – 2025.
6. Рогожина С. В. Неологизмы как отражение ментальной трансформации и языковой креативности в цифровую эпоху / С. В. Рогожина // Вестник Педагогического университета. – 2025. – № 5 (118). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-kak-otrazhenie-mentalnoy-transformatsii-i-yazykovoy-kreativnosti-v-tsifrovuyu-epohu> (дата обращения: 21.04.2026).



7. Сенько Е. В. Инновации в современном русском языке / Е. В. Сенько. – Владикавказ: ИП, 1994. – 185 с.
8. Шангараева Л. Ф., Депутатова Н. А., Поморцева Н. П. Образование неологизмов в медиаполитическом дискурсе современного английского языка / Л. Ф. Шангараева, Н. А. Депутатова, Н. П. Поморцева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – № 7. – С. 210–216.
9. Шилова Л. В. Распад единого семиотического пространства в образовательной среде / Л. В. Шилова // Педагогика и современность. – 2024. – № 3. – С. 45–52.
10. Яремчук А. В. Прагматическая функция неологизмов в современном российском медиадискурсе / А. В. Яремчук // Филология: научные исследования. – 2024. – № 12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pragmaticheskaya-funktsiya-neologizmov-v-sovremennom-rossiyskom-mediadiskurse> (дата обращения: 21.04.2026)

