

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Филологический факультет
Кафедра общего языкознания

ВАЖЕНИНА АЛЁНА ВАЛЕРЬЕВНА

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**СОВРЕМЕННЫЕ РУССКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ С
ИНОЯЗЫЧНЫМИ МОРФЕМАМИ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ И
МЕТОДИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ**

Направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль) образовательной программы

Филология в социокультурном пространстве

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ:

Заведующий кафедрой
канд. филол. наук, доцент Бурмакина Н. А

Руководитель магистерской программы
док. филол. наук, профессор Васильева С.П

Научный руководитель
док. филол. наук, профессор Васильева С.П

Дата защиты: 23.12.2025

Обучающийся

Важенина А.В.

Оценка

Красноярск
2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ С ИНОЯЗЫЧНЫМИ МОРФЕМАМИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ	9
1.1. Понятие о неологизмах и их классификация в лингвистической науке	9
1.2. Иноязычные морфемы как средство словообразования.....	13
1.3. Особенности функционирования неологизмов с иноязычными морфемами в цифровой среде.....	17
1.4. Методологические основы анализа неологизмов с иноязычными морфемами	19
Выводы по главе 1.....	20
ГЛАВА 2. СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НЕОЛОГИЗМОВ С ИНОЯЗЫЧНЫМИ МОРФЕМАМИ	23
2.1. Параметры исследования	23
2.2. Модели образования неологизмов с иноязычными морфемами в текстах публикаций Telegram-каналов	24
2.2.1. Качественные показатели использования продуктивных моделей образования неологизмов с иноязычными морфемами в текстах новостей Telegram-каналов	61
2.2.2. Количественные показатели частотности использования продуктивных моделей образования неологизмов с иноязычными морфемами в текстах Telegram-каналов	64
Выводы по второй главе	67
ГЛАВА 3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА УРОКА ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ (5-6 КЛАСС).....	69
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	74
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:	77

ВВЕДЕНИЕ

Неологизмы представляют собой системное и многоаспектное явление, круг которых постоянно изменяется, уточняется и расширяется, что обуславливает необходимость их частого наблюдения, изучения и лексикографического описания. Важной исследовательской задачей становится прослеживание словообразовательных связей неологизмов с производящими словами и словосочетаниями, определение сфер их употребления в текстах различных стилей и жанров, а также выработка практических рекомендаций по использованию подобных лексических единиц в разных коммуникативно-речевых ситуациях.

Стоит отметить, что в современном мире интернет и социальные сети приобрели статус ключевых коммуникативных пространств. Социальные сети и мессенджеры быстрее, чем классические СМИ, передают информацию и взаимодействуют с аудиторией, поэтому в рамках современного лингвистического анализа особую значимость приобретает изучение функционирования неологизмов в специфических коммуникативных пространствах, таких как Telegram-каналы и блоги, где формируются новые языковые практики и создаются условия для динамичного развития лексики. Эти платформы выступают как арена для внедрения и распространения новых слов, зачастую заимствованных или образованных с использованием иностранных морфем, что обуславливает необходимость системного анализа их структуры, семантики и функционирования.

Цифровые трансляторы часто рассматриваются исключительно как каналы личной коммуникации, однако данные сервиса Telegram Analytics свидетельствуют об обратном. Крупнейшие каналы, публикующие новости в мессенджере, обладают аудиторией в 4,8 миллиона подписчиков с охватами одного поста в 663,5 тыс. человек. Среди них такие каналы как: «Прямой эфир», «Топор Live», РИА Новости, Российская газета, Блокчейн просто, Коммерсантъ, и др. При этом основной акцент такие каналы делают на

короткие, ёмкие новости без какой-либо предварительной цензуры с точки зрения этики и морали, но с проверенной и оперативной информацией.

В научном сообществе имеются исследования, посвящённые изучению Telegram как коммуникативной платформы. Так, Е. М. Пак считает, что в контексте социальных медиа Telegram является одной из самых удобных площадок с точки зрения охвата аудитории, потому что сообщения, которые транслируются там пользователям, доходят напрямую до целевой аудитории, а не теряются в ленте новостей среди других медиа [Пак, 2020, с. 128]. Кроме того, на платформе журналист может легко оценить точное количество активных читателей. Таким образом, современные медиа изменили представление о жанре «новость», что обусловило обращение к платформе Telegram в качестве материала исследования.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим количеством неологизмов в современном языковом пространстве, особенно в условиях активного развития цифровых коммуникаций и новых медиа. В последние годы наблюдается значительный рост интереса к изучению лексических новообразований, возникающих под влиянием глобализации, интернационализации информационного обмена и внедрения иностранных элементов в повседневную речь. Особое место среди таких новообразований занимают неологизмы с иноязычными морфемами, которые активно проникают в русскоязычную среду через различные каналы коммуникации, включая социальные сети и мессенджеры.

В рамках исследования предполагается определить основные типы заимствованных морфем, проанализировать механизмы их словообразования, коммуникативные практики и выявить тенденции их распространения в цифровой среде.

Объектом исследования выступают современные русские неологизмы с иноязычными морфемами, функционирующие в блогосфере Telegram.

Предметом – семантические, словообразовательные и стилистические особенности неологизмов с иноязычными компонентами.

Таким образом, исследование направлено на расширение теоретических представлений о процессах заимствования и словообразования в современном русском языке под влиянием цифровых медиа и интернациональных языковых контактов.

Целью данной работы является анализ словообразовательных и функциональных особенностей современных неологизмов с иноязычными морфемами на материале публикаций Telegram-каналов, а также их роль в формировании актуальной картины русского языка XXI века.

Данная цель предопределяет необходимость решения следующих задач:

- 1) установить круг неологизмов, пополнивших русскую речь в 2025 г.;
- 2) проанализировать основные способы и средства неологизации на материале новых слов;
- 3) установить закономерности образования неологизмов и их связи с производящими атрибутивными сочетаниями;
- 4) классифицировать неологизмы по семантике;
- 5) проанализировать наиболее частотные неологизмы с точки зрения их интеграции в языковую систему.

Гипотеза исследования: Многоаспектное изучение неологизмов на актуальном материале (2025 г.) позволит увидеть, как протекает сложный и противоречивый процесс неологизации, наблюдаемый в современном русском языке, каковы закономерности образования неологизмов и тенденции, сопутствующие этому процессу в данный период, в чем состоят семантические, стилистические и функциональные особенности исследуемых неологизмов.

Научная новизна работы заключается в том, что описываются способы и средства образования неологизмов с иноязычными морфемами, их характер функционирования в русском речевом пространстве публикаций Telegram-каналов 2025 г.; новизна работы в том числе определяется новизной исследуемого материала – неологизмов, актуальных для этого периода.

Теоретическая база исследования: труды известных лингвистов по неологии, словообразованию, семасиологии, функциональной стилистике, в частности работы С.И. Алаторцевой, А.А. Брагиной, Е.А. Земской, А.В. Исаченко, М.Н. Кожиной, В.Г. Костомарова, Н.З. Котеловой, Е.С. Кубряковой, В.В. Лопатина, А.Г. Лыкова, Т.В. Поповой, Л.В. Сахарного, Т.Д. Соколовской, Ю.С. Степанова, А.А. Уфимцевой и т. д.

В работе используются **методы**: описательный и сопоставительный. Важнейшим исследовательским методами также выступили сравнительный метод, семантический, как анализ смысловой адаптации заимствований, контекстуальный, как анализ употребление неологизмов, определение их pragматической функции.

Материалы исследования: слова и сочетания слов, примеры употребления неологизмов, найденные в публикациях русскоязычных Telegram-каналов за период с 01.05.2025 – 30.11.2025 г.

Отбор материалов был произведен методом сплошной выборки из публикаций Telegram-каналов различной тематической направленности.

Теоретическая значимость работы. В диссертационном исследовании представлен опыт многоаспектного лингвистического описания отдельного словообразовательного типа новой производной лексики, который может внести определенный вклад в теорию неологии, в проблематику функционирования речевых единиц в текстах и коммуникативных ситуациях различного типа, а также в некоторые аспекты речевой лексикографии.

Практическая значимость работы. Результаты исследования могут быть использованы для учебной работы со студентами-филологами как русскоязычными, так и иностранными, для создания практических пособий по изучению и освоению лексики. Материал, собранный в процессе работы над диссертацией, может быть полезен при составлении словарей новых слов.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации были представлены и обсуждены на международной

научной конференции «Традиционализм и авангард в фокусе современной литературы», а также на V Международной научно-практической конференции «Динамические процессы в языке и языковой картине мира». По теме исследования опубликованы две научные работы, в том числе: «Иноязычные морфемы в структуре русских неологизмов: лингвокреативная деятельность в цифровой среде (на примере Telegram)», «Иноязычные морфемы в современном русском языке: особенности словообразования и функционирования в цифровой среде».

Структура работы обусловлена поставленными целью и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения и списка использованных источников.

Во Введении обосновывается актуальность темы, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, формулируется гипотеза, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость, характеризуются методологическая база и материал исследования.

В первой главе «Теоретические основы исследования неологизмов с иноязычными морфемами в современном русском языке» рассматриваются ключевые понятия неологии, анализируется роль иноязычных морфем в словообразовательной системе, а также специфика функционирования новой лексики в цифровой среде.

В второй главе «Семантические и функциональные особенности неологизмов с иноязычными морфемами» представлены параметры и методы анализа, на основе эмпирического материала выявляются и систематизируются модели словообразования исследуемых неологизмов, даётся их лингвистическая характеристика.

В третьей главе «Методическая разработка урока по русскому языку (5–6 классы)» демонстрируется практическая реализация результатов исследования в виде конспекта урока, направленного на формирование у школьников представлений о динамике языка и механизмах лексического заимствования.

В Заключении подводятся итоги исследования, формулируются основные выводы и намечаются перспективы дальнейшей работы.

Таким образом, исследование направлено на расширение теоретических представлений о процессах заимствования и словообразования в современном русском языке под влиянием цифровых медиа и интернациональных языковых контактов.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ С ИНОЯЗЫЧНЫМИ МОРФЕМАМИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

1.1. Понятие о неологизмах и их классификация в лингвистической науке

Неологизмы представляют собой новые слова, выражения или значения уже существующих лексем, появляющиеся в языке в результате актуальных коммуникативных потребностей и отражающие изменения в социальной, культурной или технологической сферах. В современной лингвистике под неологизмами понимают лексические новообразования, которые либо впервые вошли в активное употребление, либо приобрели новую смысловую окраску и закрепились в языковой практике [Баранов, 2004; Бондаренко, 2010].

Понятие неологизмов включает в себя как новые слова, так и новые значения уже существующих слов. Они возникают под воздействием различных факторов: научно-технического прогресса, культурных изменений, социальных трансформаций и межкультурных контактов. Неологизмы служат индикатором динамики языка и его адаптации к новым реалиям [Левина, 2012].

В современной лингвистике отсутствует единое определение термина «неологизм». Существует как широкое, так и узкое его понимание. В широком смысле под «неологизмом» понимается любое новое слово, появившееся в языке, независимо от его происхождения будь то на основе русских слов или заимствование из других языков. Согласно определению Н.З. Котеловой, неологизмы включают как новые слова, впервые образованные или заимствованные из других языков, так и слова, уже существующие в русском языке, но ранее использовавшиеся ограниченно или за пределами литературного стандарта, либо исчезавшие из активного употребления, а сейчас вновь получившие широкое распространение. К

неологизмам также относятся производные слова, которые существовали в языке в потенциальной форме и были образованы по известным моделям только в последние годы, фиксируемые в письменных источниках последних лет [Котелова, 1971, 7]. Подобное широкое определение разделяют такие исследователи, как В. Г. Гак, В. И. Заботкина, В. В. Лопатин, Ж. Марузо, О. Д. Мешков, Т. В. Попова, Г. Н. Скляревская, Р. Хартаман и другие.

В «Кратком словаре современных понятий и терминов» приводится следующее определение термина «неологизм»: это новые слова, значения или словосочетания, которые были созданы или начали активно использоваться для обозначения новых предметов, концепций и подобных явлений. В числе таких слов могут быть заимствованные, при этом их новизна и необычность явно ощущается носителями языка. В качестве примеров приводятся такие слова, как «новояз», «новодел» и другие [Краткий словарь современных понятий и терминов, 2000, 354 с.]. Исследователи не выделяют какого-то чёткого ключевого понятия, поэтому понимать его в данной работе мы будем именно так.

Классификация неологизмов осуществляется по различным основаниям:

По происхождению:

Заимствованные неологизмы - слова или выражения, пришедшие из других языков или культурных систем. Они активно внедряются через медиа-пространство, интернет и межкультурные контакты [Кузнецова, 2015].

Собственно русские неологизмы - слова или выражения, образованные внутри русского языка с помощью словообразовательных средств или за счёт переосмыслиния существующих лексем.

По сфере употребления:

- Технические - связаны с развитием науки и техники (например, «блокчейн», «дрон», «гаджет»).
- Социальные - отражают изменения в обществе (например, «лайк», «фейк», «хейтер»).

– Культурные - связаны с развитием культуры и искусства (например, «мем», «флешмоб»).

По способам образования:

– Словообразовательные – образуются с помощью суффиксации, префиксации или соединения существующих элементов (например, «инфографика», «лайкать»).

– Заемствованные – пришли из других языков без существенных изменений.

– Комбинированные – объединяют элементы разных способов образования.

Особое место занимает группа заимствованных неологизмов с иноязычными морфемами (например, английские слова с русскими суффиксами: «твитнуть», «скриншот»), которые активно внедряются в современный русский язык через медиа-пространство и цифровые платформы [Горбачева, 2018].

Современные исследования акцентируют внимание на временных параметрах неологизмов – одни из них имеют кратковременное существование (так называемые окказионализмы), другие со временем закрепляются в языке и пополняют лексическую систему как общеупотребительные единицы [Плунгян, 2011]. При этом граница между неологизмом и общеязыковым словом весьма подвижна и зависит от степени кодификации и распространённости в разных функциональных стилях [Земская, 2000].

Важным направлением изучения неологизмов стало исследование их pragmatischen и социокультурных характеристик. Современные неологизмы нередко несут в себе оценочные смыслы, служат выражением групповой идентичности и часто используются в молодежной и интернет-коммуникации [Старостина, 2019]. Особенno активной является неологическая продукция в цифровом дискурсе социальных сетях, блогах, видеоплатформах, где возникает множество слов, отражающих новые формы

взаимодействия, визуального контента и пользовательской активности (например, «сторис», «репостнуть», «анбоксинг») [Кулешова, 2021].

Существенное внимание уделяется не только заимствованию слов целиком, но и продуктивности морфемного заимствования. Так, в русском языке активно осваиваются иноязычные аффиксы, прежде всего англоязычные, такие как -инг («шейминг», «буллинг»), -мент («менеджмент», «контент-менеджмент») и префикс «ре-» («перезапуск» → «ребрендинг»), что свидетельствует о морфологической гибкости русского языка [Пронина, 2020].

Неологизмы с иноязычными морфемами особенно интересны с точки зрения словообразования. Их можно разделить на следующие подгруппы:

Калькирующие неологизмы, заимствующие морфемную структуру (например, «саммит» от summit, «нетворкинг» от networking);

Смешанные образования: сочетают русские и иноязычные компоненты («лайкать», «стримить», «зумиться») – пример т.н. гибридных дериватов [Костомаров, 2013];

Псевдозаимствования, воспринимаемые как заимствованные, но образованные внутри русского языка по аналогии с иностранными моделями («интернетчик», «фейсбукер») [Феллер, 2018].

На стыке заимствования и словообразования возникают также неологизмы-транскреации, когда при адаптации иноязычного термина в русский язык происходит его частичное переосмысление или изменение формы (например, «фудшеринг» – от food sharing) [Жаборовский, 2022].

Таким образом, заимствованные неологизмы с иноязычными морфемами – это не просто свидетельство языковой глобализации, но и проявление активных словообразовательных процессов, отражающих когнитивные и коммуникативные потребности общества в эпоху цифровой трансформации. Их исследование требует междисциплинарного подхода, объединяющего лингвистику, социологию и медиакоммуникации.

Важным аспектом изучения неологизмов является анализ их жизненного цикла. В классической неологии (Лыков, 1976) путь слова часто представляется длительным: возникновение → распространение → лексикализация → кодификация. Однако цифровая среда, в частности Telegram, радикально сжимает этот цикл. Окказионализм, созданный в рамках одного поста или комментария, благодаря механизмам репоста, цитирования и вирального распространения может за считанные часы стать потенциальным словом, а через несколько дней – прецедентной лексической единицей в рамках конкретного сообщества (фандома, профессионального чата). Критерием перехода здесь выступает не фиксация в словаре, а узнаваемость и повторяемость в рамках цифрового дискурса. Таким образом, для неологизмов в Telegram актуально говорить не столько о кодификации, сколько о цифровой конвенционализации – неформальном соглашении пользователей о значении и употреблении слова. Это процесс, в котором участвуют не лингвисты, а сама цифровая аудитория через лайки, репосты и использование в новых контекстах.

1.2. Иноязычные морфемы как средство словообразования

Иноязычные морфемы – это морфемы иностранного происхождения, используемые для образования новых слов или придания им определенной стилистической окраски. В современном русском языке они выступают как важное средство лексических новообразований, особенно в области технологий, моды, бизнеса и интернет-культуры. Этот процесс отражает активную интеграцию русского языка в глобальное информационное пространство, где заимствование происходит не только на уровне целых лексем, но и на уровне их составляющих элементов – корней, префиксов и суффиксов.

Механизмы словообразования с использованием иностранных морфем включают заимствование корней (например, «геймер», «блогер»), а также приставок и суффиксов (например, «лайкать»). Эти элементы позволяют

создавать новые слова с помощью комбинирования русских основ и иностранных морфемных компонентов, что способствует увеличению лексического запаса и модернизации языка. С лингвистической точки зрения, это свидетельствует о высокой степени аналитичности и гибкости современного русского словообразования, готового включать в свою систему иноязычные элементы.

Иностранные морфемы могут интегрироваться в русскую морфологическую систему на разных уровнях. Например, продуктивными стали англоязычные суффиксы -инг (как в слове «шопинг»), -ер («скейтер», «стример»), -ист («сталкист») и приставки ре-, анти-, псевдо- и др., которые адаптированы под фонетические и грамматические нормы русского языка [Щерба, 2004; Никитин, 2016]. Важно отметить, что эти элементы часто заимствуются не изолированно, а в составе словообразовательных моделей, становясь эффективными формантами для целых серий слов. Так, суффикс -инг, обозначающий процесс, порождает не только прямые заимствования («буллинг»), но и гибридные образования на русской почве (разг. «дринкинг» – от «пить»).

Кроме того, наблюдается тенденция к образованию глаголов на основе заимствованных корней с использованием типичных русских словообразовательных суффиксов, таких как -ить, -овать и -нуть: «гуглить», «лайкать», «фоловить», «зумить», что свидетельствует о высокой степени морфологической адаптации заимствованных единиц [Земская, 2001; Крысин, 2004]. Этот процесс можно рассматривать как «вторичную деривацию», при которой иноязычная основа полностью встраивается в парадигму русского глагола, получая все свойственные ему грамматические категории (вид, время, лицо).

Следует отметить, что заимствованные морфемы нередко выполняют не только номинативную, но и экспрессивно-стилистическую функцию. Например, использование англоязычных элементов часто придает высказыванию оттенок модности, принадлежности к молодежной

субкультуре или профессиональному сообществу [Каменская, 2008]. Это подтверждает социолингвистическую значимость иноземных морфем в контексте языковой моды и медийного дискурса. Таким образом, выбор между исконным синонимом и неологизмом с иноязычной морфемой (например, «хвастовство» или «флекс») часто обусловлен не лексической необходимостью, а pragматическим желанием говорящего позиционировать себя в рамках определенного дискурсивного сообщества.

Иноязычные морфемы также активно используются в области научной и технической лексики, что способствует быстрому развитию профессиональных терминов и понятий. Например, английские суффиксы -tion, -ment, -ity широко заимствуются для образования абстрактных существительных, обозначающих процессы, состояния или качества. Соответствующие им в русском языке морфемы –ция, -мент, -ость/-итет продуктивно используются в таких словах как: «инновация» (от лат. innovatio через англ. innovation), «креативность» (от англ. creativity, где суффикс -ity передан как -ость), «иммунитет» (от лат. immunitas через нем./фр. immunité, где суффикс -itas/-ité передан как -итет), «менеджмент» (от англ. management). Эти морфемы позволяют создавать новые термины, которые легко воспринимаются и запоминаются в профессиональной среде [Лопатин, 2010; Иванова, 2018]. Данный процесс обеспечивает международную унификацию терминологических систем, что критически важно для научного и делового общения в условиях глобализации.

Кроме того, в современном русском языке наблюдается тенденция к заимствованию морфем из языков, не только английского, но и французского, немецкого, японского и других, что обусловлено глобализацией и межкультурным обменом. Например, суффикс -isme из французского языка используется для образования терминов, обозначающих идеологии или направления (например, «капитализм», «социализм»), а японские морфемы, такие как -сан или -ка, иногда внедряются в неформальную речь для придания стилистической окраски [Кузнецова,

2019]. Этот многоязычный ресурс позволяет русскому языку с высокой точностью заимствовать и калькировать концепты, свойственные разным культурам, обогащая свою собственную понятийную систему.

Также важной тенденцией является использование иноземных морфем в маркетинговых и рекламных текстах для создания имиджа инновационности и современности. Например, слова с англоязычными морфемами, такие как «лайфстайл», «хайп», «фейк-ньюс», приобретают стилистическую функцию, подчеркивая актуальность и модность продукта или идеи [Петрова, 2021].

Таким образом, иноязычные морфемы играют важную роль в процессе словообразования в русском языке, способствуя как расширению словарного состава, так и формированию новых стилистических и семантических оттенков речи. Их изучение требует комплексного подхода, учитываяющего не только формальные модели деривации, но и экстралингвистические факторы – социокультурные запросы, коммуникативные стратегии и глобальные информационные тренды, которые в конечном итоге и определяют продуктивность той или иной заимствованной морфемы в современной речи.

На основе анализа современных исследований можно выделить не просто заимствованные морфемы, а аффиксы, ставшие продуктивными на русской почве. Их продуктивность имеет количественное и качественное измерение:

Количественная продуктивность: Суффикс -ер (блогер, стример, краудер, созер) демонстрирует максимальную частотность для обозначения лица-деятеля в цифровой сфере. Суффикс -инг (буллинг, лукинг, кринжинг) остаётся продуктивным для именования процессов, часто с негативной коннотацией.

Качественная (семантическая) продуктивность: Некоторые аффиксы развиваются новые, специфичные для Рунета значения. Например, приставка ре- в цифровом контексте часто означает не просто «повтор», а

«кардиальное обновление с учётом ошибок прошлого» (репост – просто перепубликация, а рестарт или ребрендинг – глубокое изменение). Это свидетельствует о семантической адаптации иноязычных морфем к нуждам нового дискурса (Пронина, 2020; Феллер, 2018).

1.3. Особенности функционирования неологизмов с иноязычными морфемами в цифровой среде

Современные цифровые медиа – это динамичная среда для появления и распространения новых лексических единиц. Telegram-каналы, YouTube, TikTok, блоги и форумы выступают как площадки для экспериментов с языком, где за счёт скорости информационного обмена и неформального общения новые слова быстро входят в обиход и нередко закрепляются в массовой речи [Старостина, 2019]. Эта среда минимизирует скрытый период между формированием слова и его широким употреблением, действуя как ускоритель языковых изменений.

В этих условиях происходит активное внедрение иностранных морфем в русскую лексику: англоязычные корни, аффиксы и даже синтаксические конструкции адаптируются к нормам русского языка. Они используются для обозначения новых понятий, брендов, трендов или для стилистического окрашивания сообщений. Такие неологизмы нередко выполняют функции: номинативную (обозначение новых объектов и явлений: «фандом», «постить», «краудфандинг»), экспрессивно-оценочную (например, «краш» – как эмоционально окрашенное слово), маркировочную (принадлежность к онлайн-культуре или субкультуре: «геймерка», «стримерша»). Ключевой особенностью является их функциональная полифония: одно и то же слово в рамках цифрового дискурса может одновременно называть новое явление, выражать оценку и сигнализировать о групповой принадлежности автора.

Характерной особенностью подобных неологизмов является гибридность: заимствованные корни сочетаются с русскими аффиксами и суффиксами, образуя новые слова по модели продуктивного

семантическому сдвигу: слова могут менять своё значение или использоваться в метафорическом смысле. Так, слово «хайп» (от *hype*) изначально означало «ажиотаж», но в современной интернет-коммуникации может означать также «временную популярность» или «искусственно созданный интерес» [Кулешова, 2021]. Этот феномен семантической подвижности особенно ярко выражен в нишевых сообществах (гик-культура, криптосообщества, киберспорт), где термин может быстро развить узкоспециальное, а затем и широкое переносное значение.

Немаловажную роль играет и орфографическая адаптация: иноязычные элементы подстраиваются под кириллическое письмо и русскую фонетику, что упрощает восприятие пользователями (например, «рефлексить», «токсик», «дропнуть»). При этом часть новых слов сохраняет латинскую графику в онлайн-коммуникации, особенно в сленговом или графически стилизованном контексте, что создаёт особый визуальный эффект [Павлова, 2022]. Выбор графического облика (кириллица или латиница) сам становится pragmatischenkим маркером, указывая на степень неформальности, иронии или стремления стилизовать сообщение под западный образец.

Цифровая среда также способствует распространению псевдозаимствований – слов, формально похожих на англицизмы, но не имеющих аналогов в английском языке (например, «ютубер», «стримить»),

«инфлюенсерка»), что говорит о формировании нового лексического пласта, органично вписанного в русскую языковую систему [Феллер, 2018]. Важнейшим катализатором этих процессов является механизм вирального распространения: удачный неологизм, подхваченный лидерами мнений в крупных Telegram-каналах или мем-сообществах, может достичь национального охвата за считанные дни, что создаёт эффект мгновенной «естественности» и узнаваемости для миллионов пользователей.

Таким образом, функционирование неологизмов с иноземными морфемами в цифровой среде характеризуется высокой степенью продуктивности, стилистической гибкостью и социокультурной значимостью. Цифровая коммуникация не только способствует активному заимствованию и трансформации лексики, но и ускоряет процессы её адаптации и институционализации в языке, формируя особый регистр современного русского языка – «цифровой идиолект», правила которого рождаются и меняются в реальном времени на глазах у исследователя.

1.4. Методологические основы анализа неологизмов с иноязычными морфемами

Исследование основано на системном анализе лексических единиц из корпуса Telegram-каналов с целью выявления типологических особенностей заимствованных морфемных компонентов. В качестве методов применяются лингвистический анализ словообразовательных моделей, морфемный разбор, семантический анализ и статистические методы для определения частотности использования.

Обобщая теоретические положения о структуре и функционировании неологизмов с иноземными морфемами, можно выделить основные направления дальнейшего исследования: типология заимствованных элементов по их происхождению и способам словообразования; анализ их семантических характеристик; выявление тенденций распространения в цифровой среде.

Дальнейшее развитие работы будет посвящено практическому анализу собранных данных из Telegram-каналов с целью выявления наиболее распространенных типов заимствованных морфем и особенностей их использования.

Выводы по главе 1

Неологизмы отражают динамику языка, обусловленную изменениями в социальной, культурной и технологической сферах. Они выполняют важную коммуникативную функцию, позволяя языку своевременно реагировать на вызовы современности.

Классификация неологизмов основана на нескольких аспектах: происхождение (заимствованные и собственно русские), сферу употребления (технические, социальные, культурные) и способы образования (словообразовательные, заимствованные, комбинированные). Отдельную категорию составляют неологизмы с иноязычными морфемами, как наиболее активная и продуктивная группа.

Иноязычные морфемы, прежде всего англоязычные, активно включаются в словообразовательную систему русского языка. Суффиксы типа -инг, -ер, -ист, а также приставки ре-, анти-, псевдо- становятся продуктивными и подстраиваются под морфологические нормы русского языка. Процесс адаптации сопровождается созданием новых гибридных слов, часто с экспрессивно-оценочной функцией.

Цифровая среда (социальные сети, Telegram-каналы, видеоплатформы) выступает как пространство для активного языкового творчества. Здесь формируются, распространяются и закрепляются неологизмы с иноземными морфемами, что делает этот пласт лексики особенно чувствительным к социокультурным и медийным трендам.

Характерными чертами таких неологизмов являются:

- морфемная гибридизация (смешение русских и иностранных морфем);

- семантическая подвижность и метафоризация значений;
- высокая частотность в интернет-дискурсе и молодежной коммуникации;
- частая орфографическая адаптация под кириллицу;
- наличие псевдозаимствований и транскреативных форм.

Иноязычные морфемы выполняют не только номинативную, но и прагматическую, стилистическую и идентификационную функции, формируя признаки принадлежности к определённой субкультуре, профессиональной или возрастной группе.

Изучение неологизмов с иноязычными морфемами требует междисциплинарного подхода, сочетающего лингвистический, социолингвистический, культурологический и медиатекстовый анализ. Это позволяет выявить как структурные особенности данных лексем, так и социокультурные контексты их функционирования.

Основные модели образования таких неологизмов включают гибридное словосложение и аффиксацию, а также фонетико-графическую адаптацию заимствованных слов.

Гибридные модели характеризуются сочетанием иноязычных основ с русскими аффиксами или основами, что способствует их высокой интеграции и понятности для носителей русского языка.

Важную роль играют окказиональные и креативные образования, возникающие в онлайн-среде, особенно в Telegram, что подчеркивает активную роль языка в отражении новых концептов и явлений.

Язык не является пассивным отражением внешних изменений, а активно осваивает и адаптирует новые элементы, создавая новые слова для обозначения цифровых и социальных феноменов.

Таким образом, глава 1 заложила теоретическую основу для дальнейшего анализа неологизмов с иноземными морфемами в практике цифровой коммуникации, обосновала актуальность их исследования и

предложила рабочую классификацию и методологию анализа, применимую к материалу из современных медиаплатформ.

ГЛАВА 2. СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НЕОЛОГИЗМОВ С ИНОЯЗЫЧНЫМИ МОРФЕМАМИ

2.1. Параметры исследования

Эмпирическую базу исследования составили тексты публикаций русскоязычных Telegram-каналов, отобранные методом сплошной выборки с 01.05.2025 по 31.11.2025 г. Всего было проанализировано 250 текстовых публикаций, из которых 61 содержали употребление неологизмов с иноязычными морфемами. Для анализа были выбраны следующие публикации Telegram, в том числе из каналов: ВПШ, ТОПОР – Горячие новости, Борус, РБК | Новости, MDK PREMIUM, Российская газета | Новости и др.

Анализ публикаций осуществлён по следующему плану:

1. Выявление и фиксация неологизмов с иноязычными морфемами в текстах публикаций;
2. Словообразовательный анализ выявленных единиц;
3. Семантический и стилистический анализ функционирования неологизмов;
4. Классификация по словообразовательным моделям;
5. Статистическая обработка полученных данных;

Теоретической базой для формулирования моделей образования неологизмов с иноязычными морфемами послужила интеграция следующих теоретических концепций: Земская Е.А. Новые слова и значения: Словарь новых слов русского языка, Кубрякова Е.С. Теория номинации и словообразование, Лопатин В.В. Способы именного словообразования в современном русском языке, Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке и др.

Анализ материала позволил выделить несколько продуктивных моделей образования неологизмов с иноязычными морфемами:

1. Модель гибридного словосложения и аффиксации - сочетание иноязычных основ с русскими аффиксами или основами, что обеспечивает интеграцию в русскую морфологическую систему.
2. Фонетико-графическая адаптация – усечение иностранных слов и присоединение русских морфем, что способствует их удобству и узнаваемости в русском языке.
3. Модель семантической метафоризации и подвижности - расширение и перенос значений, создание новых смысловых связей и образных выражений.
4. Модель псевдозаимствований и транскреативных форм - использование заимствованных элементов с измененной орографией или формой, создающих эффект новизны и креативности.

2.2. Модели образования неологизмов с иноязычными морфемами в текстах публикаций Telegram-каналов

Модель гибридного словосложения и аффиксации:

- 1) Крипто- (crypto-): Данный элемент, изначально связанный с понятием шифрования, в современном дискурсе расширил свою семантику. Он породил целый ряд неологизмов:

Криптодроп (crypto + drop) – бесплатная раздача криптовалюты в рекламных или маркетинговых целях.

Прототип: англ. crypto («криптовалюта») + drop («раздача, выпуск»).

Модель образования:

гибридное словосложение (два иноязычных корня);

русская орфография (крипто- вместо crypto-);

суффикс оп отсутствует, слово сохраняет форму существительного мужского рода с нулевым окончанием.

Значение: бесплатная раздача криптовалюты в маркетинговых целях.

Пример: «Проект анонсировал масштабный криптодроп для первых 10 000 подписчиков» [Канал «Криптоликбез», 12.10.2025].

Криптокит (crypto + [кошелек] + -ит) – криптовалютный кошелек или, в более широком смысле, проект в сфере криптовалют. Наличие суффикса «-ит», характерного для русской речи, подчеркивает адаптацию.

Прототип: англ. crypto + wallet («кошелёк»), но в русском – усечение до кит (ассоциация с «кошелёк» через созвучие).

Модель образования:

гибридное сложение (крипто- + усечённая основа);

суффикс -ит (русскоязычная адаптация, придаёт слову вид существительного).

Значение: криптовалютный кошелёк или проект в сфере криптовалют.

«Выбирайте надежный криптокит для хранения активов» [Канал «Блокчейн Просто», 05.10.2025].

2) Хейт- (hate-): Эта морфема, обозначающая ненависть, враждебность, стала основой для номинации целого пласта негативных онлайн-явлений [Голев, 2023, с. 24]. Хейтерство – деятельность, связанная с распространением ненависти в сети. Суффикс *-ств-* оформляет абстрактное понятие, характерное для русского словообразования.

Оффлайн-хейт – проявление ненависти в реальной жизни, а не в интернете. Слово демонстрирует гибридное сложение двух иноязычных основ, но с ясной для носителя русского языка семантикой.

Прототип: англ. hate («ненависть») + рус. суффикс -ств- . + -ер

Модель образования:

калькирование корня хейт-;

аффиксация: суффикс -ств- образует абстрактное существительное (ср. «дружество», «соперничество»).

Значение: деятельность, связанная с распространением ненависти в сети.

Особенности:

отражает социальный феномен онлайн-агрессии;

суффикс -ств- делает слово стилистически нейтральным, несмотря на негативную семантику.

Оффлайн-хейт

Прототип: англ. offline + hate.

Модель образования:

гибридное сложение двух иноязычных основ;

дефис как маркер соединения;

русская орфография (хейт вместо hate).

Значение: проявление ненависти в реальной жизни, а не в интернете.

Особенности:

противопоставление онлайн/оффлайн;

слово сохраняет иноязычный колорит, но понятно носителям русского.

Пример 1: «Хейтерство стало неотъемлемой частью популярности» [Канал «Околомедийное», пост от 18.10.2025].

Пример 2: «Комментарии под постом заполонили хейтеры» [Baza 15.11.2023].

3) Флекс- (flex – хвастовство, демонстрация богатства/успеха): Отражает культ успеха и самопрезентации, характерный для социальных сетей.

Пофлексить – глагол совершенного вида, образованный с помощью русской приставки *по-* и суффикса *-и-*, что полностью вписывает его в парадигму русских глаголов (ср. похвастать).

Флексующий (причастие) – человек, демонстрирующий свой успех.

Прототип: англ. flex («хвастаться, демонстрировать успех»).

Модель образования:

приставка по- (рус. показатель соверш. вида);

суффикс -и- (типичен для глаголов: похвастать → пофлексить);

инфinitивное окончание -ть.

Значение: совершить акт демонстрации статуса/успеха (обычно в соцсетях).

Особенности:

полная грамматическая адаптация под русскую систему глаголов;

ироничный оттенок (часто с намёком на показную роскошь).

Пример: «Новый айфон купил? Иди, пофлексиши в сторис» [Канал «Мемасень», комментарий от 02.10.2025].

4) Краудер (crowd + -er) – организатор или активный участник краудфандинговых кампаний. Суффикс -ер (-er): Этот агентативный суффикс, заимствованный из английского, стал чрезвычайно продуктивным для обозначения лица по роду деятельности, часто связанной с цифровой средой [Кабрера, с. 571].

Прототип: англ. crowd («толпа») + суффикс -er («деятель»).

Модель образования:

усечение основы (crowd → крауд-);

заимствование суффикса -ер для обозначения лица по роду деятельности.

Значение: организатор или активный участник краудфандинговых кампаний.

Особенности:

суффикс -ер стал продуктивным в цифровой среде (блогер, стример);

семантика связана с коллективным финансированием.

Пример: «Краудеры собрали рекордную сумму на фильм» [Канал «Кино и сериалы», пост от 10.10.2025].

5) Созер (creator + -ер) – создатель контента. Интерес представляет усечение основы [creat] и присоединение суффикса *-ер*.

Прототип: англ. creator («создатель») → усечение creat → соз- + суффикс -ер.

Модель образования:

усечение иноязычной основы;

присоединение суффикса -ер (аналогично «краудер»).

Значение: создатель контента.

Особенности:

экономия языковых средств (усечение);

стилистическая нейтральность.

Пример: «Успешный созер знает, как удержать аудиторию» [Канал «SMM в дикой природе», пост от 15.10.2025].

6) Кринжовый (от англ. cringe + рус. суффикс -ов-): вызывающий стыд, неловкость.

Прототип: англ. cringe («испытывать неловкость»).

Модель образования:

корень кринж- (фонетическая адаптация cringe);

суффикс -ов- (образует прилагательные: смешной, страшный);

окончание -ый (согласование с русской адъективной парадигмой).

Значение: вызывающий стыд, неловкость.

Особенности:

высокая экспрессивность;

часто используется в оценочных суждениях о поведении/контенте.

Пример: «Самый кринжовый момент – когда он начал танцевать» [ВПШ 24.10.2025].

- 7) Загуглить (от англ. Google + рус. приставка за- и суффикс -и-):
поискать в поисковой системе.

Прототип: англ. Google (бренд) → глагол to google («искать в интернете»).

Модель образования:

приставка за- (рус. показатель завершённости действия);

суффикс -и- (глагольный);

окончание -ть (инфinitив).

Значение: поискать информацию в поисковой системе (обычно Google).

Особенности:

переход имени бренда в глагол (аналогично ксерить от Xerox);

универсализация значения (может относиться к любой поисковой системе).

Пример: «Как загуглить человека по фото» [«Цифровая грамотность», 12.05.2025].

8) Рофлить (от англ. ROFL + рус. суффикс -и-): смеяться, шутить.
рофлили над ситуацией".

Прототип: англ. ROFL («rolling on the floor laughing», «кататься от смеха»).

Модель образования:

усечённая основа роф- (от ROFL);
суффикс -и- + окончание -ть (глагол несовершенного вида).

Значение: смеяться, шутить, подшучивать.

Особенности:

сокращение акронима до корня;
разговорный, неформальный стиль.

Пример: «Над этим видео рофлили всем офисом. Кажется, у копирайтеров было хорошее настроение» [Блокчейн Просто, 04.10.2025].

9) Свайпнуть (от англ. to swipe + рус. суффикс -ну-): провести пальцем по экрану.

Прототип: англ. to swipe («проводить пальцем по экрану»).

Модель образования:

усечение основы swipe → свайп-;
русский глагольный суффикс -ну-
(образует однократное действие: толкнуть, дёрнуть);
инфinitивное окончание -ть.

Значение: провести пальцем по сенсорному экрану (обычно для выполнения действия: переключения, удаления, подтверждения).

Пример: «В новом обновлении можно свайпнуть карточку влево, чтобы добавить товар в отложенные» [РБК, 05.10.2025].

Особенности:

точная передача функционала интерфейса;

продуктивность модели: от свайпнуть легко образуются свайп, свайпер и т. п

Пример: «В новом обновлении можно свайпнуть карточку влево, чтобы добавить товар в отложенные» [РБК, 05.10.2025].

10) Канселить (от англ. to cancel + рус. суффикс -и-): отменять, бойкотировать кого-либо за проступки.

Прототип: англ. to cancel («отменять, бойкотировать»).

Модель образования:

корень кансел- (фонетическая адаптация cancel);

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть.

Значение:

отменять (мероприятие, подписку);

бойкотировать кого-либо за проступки (в соцсетях - удалять из друзей, прекращать поддержку).

Особенности:

двойная семантика (бытовая отмена + социальный бойкот);

высокая актуальность в дискурсе соцсетей.

Пример: «Канселят Россию: мировые бренды уходят с рынка» [РБК, 05.10.2025].

11) Агриться (от англ. aggressive + рус. суффикс -и-): злиться, проявлять агрессию.

Прототип: англ. aggressive («агрессивный») → усечение до агр-.

Модель образования:

корень агр-;

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть.

Значение: злиться, проявлять агрессию (часто в онлайн-дискуссиях).

Особенности:

разговорный, сниженный стиль;

экспрессивность и ирония (часто с призывом кдержанности).

«Не надо агриться из-за каждого комментария, берегите нервы»
[комментарии к посту предыдущей новости, ВПШ, 05.10.2025].

12) ГС (сокр. от голосовое сообщение, но произносится как "джи-эс", гибрид аббревиатуры и иноязычного звучания). "Скинь в ГС".

Прототип: рус. «голосовое сообщение» (аббревиатура).

Модель образования:

инициальная аббревиатура ГС;

произношение по буквам (джи-эс) с иноязычной интонацией (имитация англоязычных акронимов).

Значение: голосовое сообщение в мессенджере.

Особенности:

экономия речевых усилий;

маркер цифровой коммуникации (типично для чатов).

Пример: «Мне проще одним ГС на 2 минуты объяснить, чем десятью сообщениями» [Работа в комфорте, 05.10.2025].

13) Мидл, сеньор, джун

Прототип: англ. middle («средний»), senior («старший»), junior («младший») – уровни квалификации в IT.

Модель образования:

прямое заимствование без морфологических изменений;
русская орфография (мидл, сеньор, джун).

Значение:

джун - начинающий специалист;
мидл - опытный специалист среднего уровня;
сеньор - эксперт высокого уровня.

Особенности:

узкопрофессиональная лексика (IT, киберспорт);
отсутствие русской аффиксации (чистое заимствование);
семантическая специализация (строгие градации опыта).

Пример 1: «Ищем в команду Мидла на Python. От Джуна ждем понимания основ, от Сеньора – архитектурных решений» [Работа в комфорте, 05.10.2025].

Пример 2: «Михаил «Nisha» Янковски опять круто сыграл мид!» [Cybersport.ru | Киберспорт | CS2 | DOTA 2, 04.11.2025].

14) Криповый (от англ. creepy + рус. суффикс -ов-): жуткий, пугающий.

Прототип: англ. creepy («вызывающий дрожь, жуткий, пугающий»).

Модель образования:

корень креп- (фонетическая адаптация англ. creep-);
русский суффикс -ов- (характерен для качественных прилагательных: крутой → крутоватый, страшный → страшноватый);

окончание -ый (согласование с русской адъективной парадигмой).

Значение: «вызывающий чувство страха, дискомфорта; зловещий, неестественный» (напр.: криповый дом, криповый взгляд).

Пример: «Криповый мем про кота-убийцу разлетелся по сети за час» [ВПШ, 04.11.2025].

15) Буллинг (от англ. *bullying* + рус. суффикс -инг и склонение):
травля.

Прототип: англ. *bullying* («травля, запугивание»).

Модель образования:

прямая транслитерация основы буллинг;
суффикс -инг (заимствованный из английского, продуктивный в русском для обозначения процессов: маркетинг, коучинг);
нулевое окончание (существительное мужского рода).

Значение: систематическая травля, психологическое насилие (часто в школе, на работе или в онлайн-среде).

Особенности:

семантика сужена до «травли» (в английском *bullying* может включать и физическое насилие);
активно используется в социально-педагогическом дискурсе.

Пример: «Буллинг в коллективе разрушает атмосферу. Руководство должно реагировать» [Блокчейн Просто, 04.10.2025].

16) Лойсить (от англ. *to like* в значении "нравиться" + рус. суффикс -и-): нравиться, одобрять.

Прототип: англ. *to like* («нравиться, ставить лайк»).

Модель образования:

усечение основы like → лойс- (фонетическая адаптация: k → с);

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть.

Значение: ставить лайк, выражать одобрение в соцсетях.

Особенности:

разговорный, молодёжный стиль;

часто сопровождается эмодзи для усиления смысла.

Пример: «Лойсит авы и юзает Skype лучше всякой молодёжи пенсионер из Новороссийска» [ВПШ, 10.11.2025].

17) Эдж (от англ. edge в значении "острота" + рус. склонение): что-то крутое, продвинутое.

Прототип: англ. edge («край, грань; острота, дерзость»).

Модель образования:

прямая транслитерация edge → эдж;

отсутствие аффиксов (заимствование в исходной форме);

склонение по типу мужского рода (эдж-а, эдж-у и т. п.).

Значение:

в цифровом дискурсе: «острота», «дерзкий стиль», «провокационность»;

в общем смысле: «передовой, инновационный» (напр., эдж-технологии).

Особенности:

многозначность (зависит от контекста);

используется для создания эффекта «модности» или «продвинутости».

Пример: «Новый айфон – это чистый эдж. Все будут оборачиваться» [Блокчейн Просто, 04.10.2025].

18) Фрилансить (от англ. freelance + рус. суффикс -и-): работать на себя.

Прототип: англ. freelance («работать самостоятельно, не по найму»).

Модель образования:

усечение основы freelance → фриланс-;

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть.

Значение: работать как фрилансер (вне штатного найма, на проектах).

Особенности:

отражает тренд на удалённую занятость;

стилистически нейтрально, но с оттенком неформальности.

Пример: «Уже год фрилансю из дома. Свобода – это кайф!» [Блокчейн просто, 10.11.2025].

19) Копипаст (от англ. copy-paste + рус. окончание -а): скопированный и распространённый текст.

Прототип: англ. copy-paste («скопировать-вставить»).

Модель образования:

гибридное сложение двух основ (копи- от copy, паста от paste);

русское окончание -а (женский род, как у существительных типа карта, парта);

фонетическая адаптация (paste → паста).

Значение: скопированный и распространённый текст (часто без изменений, иногда с негативным оттенком «плагиата»).

Особенности:

ироничный или критический оттенок (если текст повторяется многократно);

тически для чатов и форумов.

Пример: «Копипаст» под запретом: арбитраж впервые взыскал компенсацию за копирование постов из соцсетей» [РБК, 27.08.2025].

20) Мэтчить (от англ. to match + рус. суффикс -и-): сочетаться, подходить.

Прототип: англ. to match («совпадать, сочетаться, подходить»).

Модель образования:

усечение основы match → мэтч-;

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть;

фонетическая адаптация: ch → ч.

Значение: сочетаться, подходить друг к другу по стилю, цвету, смыслу и т. п.

Особенности:

преимущественно визуальный/стилистический контекст (мода, дизайн, интерьер);

разговорный, молодёжный стиль;

часто используется в негативной конструкции («не мэтчит») для указания на несоответствие.

Пример: «Мэтч, синк и фидбэк: челябинцев раздражают деловые фразы-штампы на работе» [РБК, 24.04.2025]

21) Шипперить (от англ. to ship + рус. суффикс -и-): поддерживать романтические отношения между двумя персонажами/людьми.

Прототип: англ. to ship (в сленговом значении – «поддерживать романтические отношения между персонажами», от relationship → ship).

Модель образования:

усечение основы ship → шип-;

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть.

Значение: воображать, поддерживать или активно продвигать романтические отношения между двумя персонажами (в фандомах) или реальными людьми.

Особенности:

узкоспециальный термин фандомной культуры;

часто сопровождается хэштегами;

может нести ироничный или критический оттенок;

Пример: «В социальных сетях просто обожают «шипперить» звезд» [ВПШ, 10.10.2025].

22) Чиллить (от англ. to chill + рус. суффикс -и-): расслабляться, отдыхать.

Прототип: англ. to chill («расслабляться, отдыхать»).

Модель образования:

усечение основы chill → чилл-;

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть;

фонетическая адаптация: ll → л.

Значение: расслабляться, проводить время без напряжения, отдыхать.

Особенности:

молодёжный, неформальный стиль;

семантика «пассивного отдыха» (в отличие от активного досуга);

часто сочетается с маркерами расслабленности («без напряга», «в кайф»).

Пример: «Владимиру Путину в наццентре «Россия» представили современный молодёжный сленг, в том числе выражение «лёгкая игра» – «чиловая катка» [Российская Газета | Новости, 04.09.2025].

23) Постить (от англ. to post + рус. суффикс -и-): публиковать.

Прототип: англ. to post («размещать сообщение, публикацию»).

Модель образования:

усечение основы post → пост-;

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть.

Значение: публиковать контент (текст, фото, видео) в соцсетях, блогах, форумах.

Особенности:

профессиональный жаргон SMM и блогеров;

нейтральная стилистика, но с оттенком цифровости;

образует производные: постинг, постер (автор поста).

Пример: «Российские блогеры придумали способ постить рекламу в интернете» [РБК, 11.10.25].

24) Шейрить (от англ. to share + рус. суффикс -и-): делиться.

Прототип: англ. to share («делиться, распространять»).

Модель образования:

усечение основы share → шейр-;

русский глагольный суффикс -и-;

инфinitивное окончание -ть;

фонетическая адаптация: sh → ш, are → е.

Значение: делиться контентом (ссылками, файлами, сообщениями) в цифровом пространстве.

Особенности:

цифровой контекст (соцсети, мессенджеры, облачные сервисы);

может относиться как к публичному, так и к приватному обмену;

иногда несёт этический подтекст (о необходимости согласия на распространение).

Пример: «Митинг», «шайрить», «кэшбэк», «блогер» и десятки других англизмов стали обыденностью, особенно среди молодежи» [Блокчейн просто, 03.10.25].

Фонетико-графическая адаптация:

1. Ютуб - разговорный неологизм, прочно вошедший в обиход; фиксируется в устной и письменной речи (включая мессенджеры и соцсети).

Основное значение: разговорное обозначение видеохостинга YouTube;

Сфера употребления: повседневная коммуникация, блогосфера, молодёжный сленг, медиадискурс.

Модель образования: фонетико-графическая адаптация (транслитерация) с элементами упрощения. (адаптация произношения YouTube под кириллицу).

YouTube → ютуб (сохранение звукового облика при переходе на кириллицу).

Фонетическая адаптация: замена английского [ju: 'tu:b] на русскоязычное произношение [й'утуп]; оглушение конечного согласного (б → [п] в соответствии с русской фонетикой).

Графические варианты:

ютуб (наиболее распространённый);

ютьюб (ближе к оригинальному произношению);

ютюб (редкий вариант).

Пример: «Ютюб изменил правила монетизации для российских блогеров» [Коммерсантъ, 28.05.2025].

2. Телега – жаргонизм, распространён в устной речи и мессенджерах.

Основное значение: мессенджер Telegram

Сфера употребления: молодёжный сленг, неформальная коммуникация.

Модель образования: усечение + русификация (Telegram → телега).

Фонетическая адаптация: сокращение до 3 слогов ([т'ил'эга]); замена [r] на [p] → [л'].

Грамматическая интеграция:

Склонение: телега, телеги, телеге, телегу, телегой, о телеге.

Производные: тележный (редк.), телегозависимость (ирон.).

Пример: «В «телеге» всё есть: основатель Telegram Павел Дуров впервые рассказал о монетизации платформы» [РБК, 20.10.2025].

3. Вайб - англ. vibe (сокр. от vibration – «ощущение, атмосфера»).

Основное значение: эмоциональное состояние, атмосфера, общее впечатление.

Сфера употребления: неформальная речь, соцсети, блоги.

Модель образования: усечение (vibe → вайб) + графическая адаптация.

Фонетическая адаптация: [вайб] (сохранение исходного звучания).

Семантические сдвиги:

сужение: из «вибрация» → «атмосфера»;

экспрессивизация («Этот трек – чистый вайб»).

Грамматическая интеграция

Склонение: вайб, вайба, вайбу, вайб, вайбом, о вайбе.

Пример: «Путину на молодёжном форуме объяснили слово «вайб» [РИА, 04.09.2025].

4. Овердофига - англ. over («сверх») + рус. дофига («очень много»), разговорный неологизм, экспрессивный.

Значение: «чрезмерно много», «слишком много».

Сфера употребления: интернет-коммуникация, устная речь.

Модель образования гибридное образование, калькирование + словослияние.

Фонетика: [ав'ирдаф'ыга] (русская артикуляция).

Пример: «Слили овердофига каток прежде чем стать популярными» NAVI о начале своего пути в киберспорте» [Cybersport.ru | Киберспорт | CS2 | DOTA 2, 02. 05.2025].

5. Краш - англ. crush («сильное увлечение»), молодёжный жаргонизм

Основное значение в русскоязычном молодёжном сленге: объект сильной симпатии, романтического увлечения (чаще – невзаимного или неоформленного).

Модель образования: заимствование + склонение по русским правилам.

Фонетика: [краш] (твёрдый [р], оглушение [ш]).

Семантические сдвиги относительно английского оригинала: в англ. crush может быть и глаголом (to have a crush on), и существительным; в русском закрепилось только как существительное; сужение значения: из широкого «сильное чувство» → «объект влюблённости»; утрата негативных коннотаций (в англ. crush также значит «давить», «разрушать»).

Синтаксические особенности:

сочетается с притяжательными местоимениями (мой/твой краш);

используется в конструкциях с предлогами («вкрашиться в кого-то» — сленговый глагол от «краш»).

Пример: «Кто твой краш? Объясняем на примере Тимура Бекмамбетова и его жены» [ВПШ, 26.05.2025].

6. Пруф - англ. proof («доказательство»), усечённое заимствование с русской морфологией, распространён в интернет-коммуникации.

Основное значение: доказательство, подтверждение.

Модель образования: заимствование + склонение по русским правилам.

Фонетика: [прӯф] (твёрдый [р], оглушение [ф]).

Семантические особенности: сужение значения (из «доказательство» → «подтверждающие материалы в цифровом формате»); экспрессивность (требование немедленного подтверждения).

Пример: «В России создали «невзламываемый» мессенджер. Есть пруфы» [РБК, 23.05.2025].

7. Флекс - англ. flex («хвастаться, демонстрировать превосходство»).

Основное значение: хвастовство, показное демонстрирование статуса/богатства.

Сфера употребления: неформальная речь, соцсети.

Модель образования: прямое заимствование + склонение.

Фонетика: [фл’экс] (мягкое [л']).

Семантические сдвиги: из глагола → существительное; усиление негативной коннотации (насмешка над показной роскошью).

Пример: «Илон Маск устроил флекс, показав интерьер своего частного самолёта» [РБК, 15.05.2025].

8. Стартап - англ. start-up («начинающий бизнес»).

Основное значение: молодая компания с инновационным продуктом/услугой.

Сфера употребления: бизнес, СМИ, профессиональная речь.

Модель образования: транслитерация + морфологическая адаптация.

Фонетика: [стартáп] (оглушение [п]).

Семантические сдвиги:

акцент на инновационность;

связь с ИТ-сектором (хотя не всегда);

Функции: номинативная (обозначение нового типа бизнеса);

терминологическая (в экономике, менеджменте).

Пример: «Российский ИТ-стартап получил \$3 млн инвестиций от фонда с госучастием» [Ведомости, 11.06.2025].

9. Хипстер - (от англ. *hipster*, адаптированное написание и склонение).

Основное значение: представитель молодёжной субкультуры, ценящий винтаж, инди-музыку, альтернативную моду.

Сфера употребления: СМИ, повседневная речь.

Модель образования: транслитерация + склонение.

Фонетика: [х'йпст'ир] (мягкие [х'], [т']).

Семантические оттенки:

иногда негативная коннотация («выпендрёж»);

ассоциация с определённым стилем жизни.

Функции: обозначение социальной группы; маркировка стиля/вкусов.

Пример: «Петербургский хипстер-район: как меняется Охта после прихода ИТ-компаний» [РБК, 03.09.2025].

10. Го - англ. go («идти»), сленговое междометие, фонетическая адаптация английского «go».

Основное значение: призыв к действию («давай», «пойдём»).

Сфера употребления: устная речь, мессенджеры.

Модель образования: калька + русификация произношения.

Фонетика: [gó] (краткое, твёрдое).

Функции: побуждение к совместному действию; маркер молодёжного сленга.

Пример: «Го в музей: Пушкинский музей запускает игровые экскурсии для подростков» [Московский комсомолец, 25.05.2025].

11. Бро (от англ. bro, усечение и адаптация) brother (сокр. bro), жаргонизм, распространён среди молодёжи.

Основное значение: дружеское обращение к мужчине

Сфера употребления: неформальное общение

Модель образования: усечение + фонетическая адаптация.

Фонетика: [брó] (твёрдое [р])

Функции: установление контакта; выражение близости.

Пример: «Бро, мы тебя ждём: как российские авиакомпании переманивают пассажиров «Победы» [РБК, 05.05.2025].

12. Сорцы - англ. source code («исходный код»), (усечение и русификация).

Основное значение: источники, профессиональный жаргонизм (IT)

Сфера употребления: программирование, IT-сообщества

Модель образования: усечение (source → сорц) + адаптация (-ы как окончание мн. ч.)

Фонетика: [сóрцы] (твёрдые [с], [п])

Функции: номинативная (обозначение технического понятия); идентификационная (сигнал принадлежности к IT-сообществу).

Пример: «Telegram-каналы опубликовали сорцы переписки основателя «ВКонтакте» Павла Дурова» [Forbes Россия, 28.11.2025].

13. Мейнстрим (от англ. mainstream, адаптированное написание) общеупотребительное слово, зафиксировано в словарях.

Основное значение: преобладающее направление в какой-либо области (культура, мода, политика)

Сфера употребления: СМИ, культура, повседневная речь

Модель образования: транслитерация + морфологическая адаптация

Фонетика: [мéйнстрим] (твёрдый [р])

Функции: обозначение доминирующих тенденций; создание контраста с маргинальными явлениями

Семантические особенности: противопоставление «альтернативному», «нишевому»; нейтральная или слегка негативная коннотация (иногда как «массовое, неоригинальное»)

Пример: «ЗОЖ – это новый мейнстрим: каждый третий россиянин стал следить за питанием» [Коммерсантъ, 15.10.2025].

14. Хайп (от англ. hype, адаптированное написание), разговорное слово, распространено в медиа и соцсетях

Основное значение: ажиотаж, искусственно созданная шумиха вокруг чего-либо

Сфера употребления: молодёжная речь, маркетинг, новостные заголовки

Модель образования: прямое заимствование + морфологическая адаптация.

Фонетика: [хайп] (твёрдый [х], оглушение [п])

Функции: описание медийных явлений; выражение критической оценки

Семантические особенности: негативная коннотация (манипулятивность); связь с цифровой средой (часто о трендах в соцсетях)

Пример: «Хайп вокруг нового ИИ-приложения: почему все говорят о ChatGPT-5» [РБК, 18.06.2025].

15. Фолловер (от англ. follower, адаптированное написание)

Основное значение: пользователь, подписанный на аккаунт в соцсети

Сфера употребления: цифровая коммуникация, SMM

Модель образования: транслитерация + склонение

Фонетика: [фалóв'ир] (мягкое [в'])

Функции: обозначение аудитории в соцсетях; маркер цифровой коммуникации

Семантические особенности: специализация: только о цифровой среде; отсутствие негативных коннотаций

Пример: «Тикток начал платить создателям контента за каждого нового фолловера» [РБК, 19.08.2025].

16. Крипта (гибрид греч. κρυπτός + лат. valuta). (усечение от криптовалюта, которое само является гибридом)

Основное значение: сокращённое разговорное обозначение криптовалюты (чаще всего – биткоина или иных цифровых активов).

Сфера употребления: финансы, ИТ, молодёжная речь

Модель образования: усечение (криптовалюта → крипта).

Фонетика: [крайпта] (твёрдый [п])

Функции: экономия речи (короче, чем «криптовалюта»); маркер принадлежности к криптообществу; создание экспрессивного эффекта в неформальном общении

Семантические особенности: контекстная зависимость: значение уточняется по ситуации (может относиться и к рынку в целом, и к конкретной монете); экспрессивность: используется в неформальной речи, подчёркивает вовлечённость говорящего в криптообщество.

Пример: «Крипта на грани: Банк России предложил ужесточить регулирование цифровых активов» [РБК, 14.10.2025].

17. Зумер - англ. Generation Z

Основное значение: представитель поколения Z (молодой человек, родившийся в конце 1990-х – начале 2010-х)

Сфера употребления: социология, маркетинг, молодёжная речь

Модель образования: калькирование + словообразование по русским правилам

Фонетика: [зум'ир] (мягкое [м'])

Функции: обозначение возрастной группы; маркировка культурных особенностей поколения; использование в маркетинговых исследованиях.

Семантические особенности: иногда негативная коннотация («избалованное поколение»); ассоциация с цифровыми технологиями, соцсетями; противопоставление старшим поколениям (бумеры, миллениалы).

Пример: «Зумеры против бумеров: исследование показало разницу в финансовых привычках поколений» [Коммерсантъ, 22.05.2025].

Семантическая модель метафоризации и подвижности:

1. Треш (от англ. trash)

Основное значение: нечто крайне низкого качества, вызывающее отторжение; хаос, абсурд

Сфера употребления: интернет-коммуникация, молодёжная речь, медиа.

Модель образования: прямое заимствование из англ. trash с русской фонетической адаптацией, сужение значения (из «мусор» → «низкокачественный контент»);

Функции: экспрессивная оценка; создание эмоционального акцента; маркер негативного отношения к контенту/событию.

Фонетика: [трэш] (твёрдый [р], оглушение [ш]).

Семантические особенности: усиление эмоциональной окраски; контекстная многозначность (может относиться к контенту, поведению, ситуации).

Пример: «Кинокритики назвали новый блокбастер «White trash»: трешем в прокате» [РИА, 11.07.2025].

2. Токсик - (от англ. toxic - ядовитый) не просто ядовитый, а вредный для психики,

Основное значение: вредный для психики, деструктивный, манипулятивный (о человеке, отношениях, среде).

Сфера употребления: психология, соцсети, повседневная речь

Модель образования: семантическое расширение термина из биологии/химии.

Функции: характеристика межличностных отношений; предупреждение о психологическом риске; формирование оценочного суждения

Семантика: перенос значения из физической сферы в психологическую; приобретение социально-оценочного компонента; закрепление в качестве ключевого понятия популярной психологии

Пример: «Мегафон» предложил сотрудникам пройти тест на «токсику» [РБК, 16.11.2025].

3. Карма (из санскрита через англ. karma): приобрело значение "репутация на форуме/в сообществе".

Основное значение: цифровая репутация, «рейтинг» участника онлайн-сообщества.

Сфера употребления: форумы, чаты, соцсети.

Модель образования: калькирование религиозного термина (санскр. karman) через англ. karma → цифровой сленг.

Функции: обозначение социального статуса в сообществе; мотивация к позитивному поведению; маркер вовлечённости в цифровую культуру.

Фонетика: [kárma] (твёрдый [p]).

Семантика: потеря религиозного содержания; метафоризация (кармические последствия → репутационные последствия); специализация значения (только в онлайн-среде).

Пример: «Роскомнадзор предложил ввести цифровую «карму» для пользователей соцсетей» [Коммерсантъ, 15.10.2025].

4. Виртуальный хлеб (метафора): лайк, одобрение в соцсетях.

Основное значение: символ социального признания в цифровой среде (лайки, репосты, благодарности).

Сфера употребления: блогинг, соцсети, интернет-сленг.

Модель образования: метафора (хлеб как основа жизни → лайки как основа признания)

Функции: образное обозначение нематериальной ценности; ироничная характеристика цифрового взаимодействия; создание экспрессивного эффекта.

Фонетика: [в'иртуál'ный' хл'éп] (мягкие согласные, оглушение [п]).

Семантика: двойная метафоризация (виртуальный + хлеб); противопоставление материальной и цифровой ценности; коннотация «необходимости» для онлайн-активности.

Пример: «Российские блогеры начали продавать «виртуальный хлеб» за реальные деньги» [РБК, 12.05.2025].

5. Дно - (семантическое расширение): крайняя степень неудачи или падения.

Основное значение: крайняя степень неудачи, предел падения, беспросветная ситуация.

Сфера употребления: разговорная речь, соцсети, медиа.

Модель образования: семантическое расширение (буквальное «низ» → переносное «предел»).

Функции: выражение отчаяния или сарказма; категоричная оценка ситуации; маркер критической точки.

Фонетика: [днó] (твёрдый [д], [н]).

Семантика: гиперболизация значения; эмоциональная насыщенность; контекстная вариативность (может быть как буквальной, так и переносной оценкой).

Пример: «Доктор экономических наук и публицист Никита Кричевский: «Экономика перестанет искать дно» [Ведомости, 15.11.2025].

6. Собирать урожай – (метафора в ИТ): собирать данные

Основное значение: извлекать результаты автоматизированных процессов (данные, отклики, статистику), извлекать пользу.

Сфера употребления: ИТ, маркетинг, профессиональные чаты.

Модель образования: метафоризация сельскохозяйственного термина.

Функции: описание процесса анализа данных; упрощение терминологии через образность; маркировка профессионального жаргона.

Фонетика: [саб'ирáт' ўраджай'] (мягкие [б'], [т'], [п'], [й']).

Семантика: перенос значения из аграрной сферы в цифровую; акцент на результативности процесса; сохранение образности при утрате буквального смысла.

Пример: «Российские ИТ-компании начали «собирать урожай» с импорторазмещения» [Коммерсантъ, 18.09.2025].

7. Бомбить – (от англ. bomb) (семантическое расширение): сильно злить.

Основное значение: испытывать сильный гнев, раздражение; «выводить из себя».

Сфера употребления: молодёжный сленг, интернет-коммуникация.

Модель образования: семантический сдвиг (воен. «бомбить» → разговорное «злиться»).

Функции: экспрессивное выражение эмоций; маркирование неформального общения; усиление эмоционального воздействия.

Фонетика: [бам'бít'] (мягкий [б'], [т']).

Семантика: расширение значения (физическое действие → эмоциональное состояние); разговорная окраска; высокая экспрессивность.

Пример: «От санкций бомбит: как российский автопром выживает без запчастей» [РБК, 03.08.2025].

8. Апгрейдить (от англ. upgrade + метафора): улучшать не только технику, но и себя, навыки.

Основное значение: улучшать, модернизировать (технику, навыки, образ жизни).

Сфера употребления: ИТ, саморазвитие, повседневный язык.

Модель образования: заимствование из англ. upgrade + аффиксация (суффикс -и-, окончание -ть).

Функции: обозначение процесса улучшения; универсализация термина (не только для техники); отражение цифровой культуры.

Фонетика: [апгр'éйд'ит'] (мягкий [р'], [д'], [т']).

Семантика: расширение сферы применения; позитивная коннотация (развитие, прогресс); активное словообразование (апгрейд, апгрейдиться).

Пример: «Яндекс» будет апгрейдить голосового помощника «Алису» с помощью генеративного ИИ» [Ведомости, 26.05.2025].

9. Фича (от англ. feature): особенность, "фишка" не только в ПО, но и в любом продукте/проекте.

Основное значение: отличительная черта, «фишка», преимущество продукта/проекта.

Сфера употребления: ИТ, маркетинг, повседневная речь.

Модель образования: усечённое заимствование из англ. feature, в русском языке приобрело метафоричный характер употребления.

Функции: краткое обозначение особенности; профессиональный жаргон; создание непринуждённого стиля.

Фонетика: [ф'йча] (мягкий [ф'], [ч] всегда мягкий).

Семантика: сокращение термина; переход из узкопрофессионального в общеупотребительное; положительная коннотация (的独特性, преимущество).

Пример: «В «Сбербанк-Онлайн» появилась новая фича с голосовым помощником» [РБК, 18.09.2025].

10. Сабж (от англ. subject): тема обсуждения, предмет разговора.

Основное значение: тема обсуждения, предмет разговора.

Сфера употребления: форумы, чаты, интернет-сленг.

Модель образования: усечение от англ. subject.

Функции: экономия речи в онлайн-диалогах; маркирование принадлежности к цифровой среде; упрощение коммуникации.

Фонетика: [сáпш] (оглушение [б] → [п], шипящий [ш]).

Семантика: сокращение термина до минимума; узкоспецифическая сфера употребления; неформальный стиль.

Пример: «Сабж сегодня: почему россияне масово переводят деньги в китайские банки» [Коммерсантъ, 21.08.2025].

11. Бэкграунд (от англ. background): не только фон, но и опыт, происхождение человека.

Основное значение: опыт, происхождение, контекст биографии или проекта.

Сфера употребления: резюме, интервью, профессиональная коммуникация.

Модель образования: заимствование из англ. background + расширение значения.

Функции: характеристика компетенций; объяснение причинно-следственных связей; формирование образа эксперта.

Фонетика: [б'экграунт] (мягкий [б'], твёрдый [г], оглушение [д] → [т]).

Семантика: переход от «фона» к «контексту»; профессионализация термина; нейтральная коннотация.

Пример: «Telegram добавил функцию кастомного бэкграунда для видеозвонков» [РБК, 12.10.2025].

Модель псевдозаимствований и транскреативных форм:

1. Бумер (псевдозаимствование, искаж. от baby boomer, но применяется ко всему старшему поколению)

Основное значение: разговорное обозначение человека старшего поколения (обычно 50+), часто с негативным/ироничным подтекстом; ассоциируется с консервативными взглядами, непониманием цифровых технологий.

Сфера употребления: интернет-сленг, молодёжная речь, соцсети, медийные заголовки.

Модель образования: псевдозаимствование: искажённая адаптация англ. *baby boomer* («представитель поколения беби-буна»); усечение (*boomer* → бумер); фонетическая русификация (твёрдый [р], ударение на первый слог).

Функции: маркирование возрастной/идеологической дистанции; создание ироничного/саркастического эффекта; упрощение межпоколенческой категоризации.

Фонетика: [бум'ир] (твёрдый [б], [м], мягкий [р']).

Семантика: расширение значения (из строго демографического термина → обобщённый ярлык); негативная/ироничная коннотация (в зависимости от контекста); противопоставление «молодому» поколению (зумерам, миллениалам); потеря исторической привязки к беби-буру 1946–1964 гг.

Пример: «Бумеры против зумеров: почему поколения не могут договориться?» [РБК, 14.11.2025].

2. Имба (от англ. *imbalanced* в игровом сленге, псевдозаимствование): нечто очень мощное, крутое.

Основное значение: нечто выдающееся по силе/качеству; в геймерском сленге – «несбалансированно мощный» персонаж/предмет; в разговорной речи – просто «крутко, мощно».

Сфера употребления: игровой сленг, молодёжная речь, соцсети.

Модель образования: псевдозаимствование от англ. *imbalanced* («несбалансированный») → усечение + русификация.

Функции: экспрессивная оценка превосходства; маркер принадлежности к геймерской субкультуре; экономия речи («имба» вместо «очень сильный»).

Фонетика: [ымба] (твёрдый [м], [б]).

Семантика: сужение значения (из «несбалансированный» → «очень крутой»); позитивная коннотация в неформальном общении; контекстная зависимость (в играх – технический термин, в быту – эмотивное усиление).

Пример: «Новый процессор – это имба: обзор AMD Ryzen 7 7800X3D» [Коммерсантъ, 21.05.2025].

3. Нычка (транскреация: от "ныть" + суффикс -к-, имитирует стиль слова "игрушка", "читалка")

Основное значение: что-то, вызывающее раздражение/нытьё; ироничный синоним «надоедливой вещи».

Сфера употребления: интернет-сленг, разговорная речь (преимущественно молодёжная).

Модель образования: транскреация: корень от глагола «ныть»; суффикс -к- по аналогии с «игрушка», «читалка»; создание звуко-смыслового образа.

Функции: смягчение негативной оценки через иронию; обозначение источника дискомфорта в шутливой форме; маркирование неформального стиля.

Фонетика: [нычка] (твёрдый [н], [ч] всегда мягкий).

Семантика: метафоризация (физическое ощущение → эмоциональное состояние); разговорная окраска; экспрессивность за счёт звукоподражания.

Пример: «У главы района нашли «нычку» с золотыми слитками и миллионами наличных» [РБК, 24.10.2025].

4. Питчить (от англ. to pitch + рус. суффикс, но с узким значением "представлять идею инвестору")

Основное значение: представлять идею/проект инвестору, «продавать» концепцию.

Сфера употребления: стартап-культура, бизнес-коммуникация.

Модель образования: от англ. to pitch («делать презентацию»); русификация через суффикс -и- + окончание -ть; адаптация под русскую глагольную систему.

Функции: обозначение специфического действия в бизнес-среде; упрощение терминологии; маркирование профессионального жаргона.

Фонетика: [п'йтч'ит'] (мягкие [п'], [ч'], [т']).

Семантика: узкая специализация (не «просто рассказывать», а «убеждать инвестора»); нейтрально-деловая коннотация; связь с западной бизнес-практикой.

Пример: «Стартапы из России будут питчить инвесторам на конкурсе в Казани» [Российская газета, 17.10.2025].

5. Кринжомёт (транскреация: гибрид кринж и метать, источник сильного стыда)

Основное значение: источник сильного стыда/дискомфорта (ситуация, контент, поведение).

Сфера употребления: интернет-сленг, молодёжная речь.

Модель образования: транскреация – гибрид: «кринж» (от англ. cringe – «сжиматься от стыда»); «метать» (глагольный корень); словосложение с корнем -мёт (по аналогии с «пулемёт»).

Функции: экспрессивное обозначение «стыдной» ситуации; усиление эффекта через образ «метания кринжа»; ироничная самозащита от неловкости.

Фонетика: [кр'инжамόт] (мягкий [р'], оглушение [д] → [т]).

Семантика: гиперболизация чувства стыда; игровая форма выражения; принадлежность к цифровой субкультуре.

Пример: «Этот новый сериал просто кринжомёт. Каждая серия заставляет корчиться от стыда за создателей» [комментарий к посту в Telegram-канале ВПШ].

6. Движ (псевдозаимствование, усечение от "движение" или "двигатель", но означает "активность, энергия, рост").

Основное значение: активность, динамика, энергия, развитие (в проекте, сообществе, городе).

Сфера употребления: молодёжная речь, стартап-среда, соцсети.

Модель образования: усечение от «движение» или «двигатель»; сокращение до одного слога для экспрессии.

Функции: обозначение жизненной силы процесса; создание позитивного образа («есть движ» = «есть перспективы»); маркирование неформального общения.

Фонетика: [дв'иш] (мягкий [в'], шипящий [ш]).

Семантика: метафоризация («движение» как «развитие»); положительная коннотация; универсальность применения (к людям, проектам, городам).

Пример: «Российские разработчики создали новый игровой движ для инди-игр» [ВПШ, 05.07.2025].

7. Хайповозка (транскреация: гибрид хайп и повозка, нечто, что используют для раскрутки)

Основное значение: инструмент/проект, используемый для создания искусственного ажиотажа.

Сфера употребления: медиа, маркетинг, интернет-сленг.

Модель образования: транскреация – гибрид: «хайп» (от англ. hype); «повозка» (образ «транспортного средства»); соединение через соединительную гласную.

Функции: критика манипулятивных методов продвижения; образное обозначение «средства хайпа»; ироничное дистанцирование от явления.

Фонетика: [хайпавόска] (оглушение [з] → [с]).

Семантика: негативная коннотация (искусственность); метафора «перевозки хайпа»; принадлежность к digital-лексике.

Пример: «Новый электромобиль – это хайповозка или прорыв в технологиях?» [ВПШ, 08.08.2025].

8. Эшкере (транскрипция и искажение фразы Lil Pump "Esketit"): выражение восторга, уличный сленг

Основное значение: экспрессивное восклицание, выражающее восторг, одобрение, призыв к действию (аналог «давай!», «крутко!»).

Сфера употребления: уличный сленг, молодёжная речь, рэп-культура.

Модель образования: транскрипция и искажение англ. Esketit (произношение фразы Let's get it от рэпера Lil Pump); адаптация к русской фонетике и орфографии (эшкере вместо эскетит).

Функции: эмоциональная разрядка, выражение азарта; маркер принадлежности к рэп- и уличной субкультуре; замена длинных фраз кратким междометием.

Фонетика: [эшк'ир'э] (мягкий [к'], [р']).

Семантика: звукоподражательный характер; нейтрально-позитивная коннотация (в зависимости от контекста); утрата исходной семантики (Let's get it → просто «крик восторга»).

Пример: «От эшкере до «краша»: как меняется язык интернета» [РБК, 12.05.2025].

9. Оверквотинг (гибрид англ. over и quoting, избыточное цитирование в переписке)

Основное значение: избыточное цитирование текста в переписке (например, копирование больших фрагментов сообщений без сокращения).

Сфера употребления: онлайн-коммуникация, форумы, мессенджеры.

Модель образования: гибрид: англ. over («сверх», «избыточно»); рус. «цитировать» → усечение до «квот» (от англ. quote – «цитата»); соединение через интерфикс и суффикс -инг (по образцу «спаминг», «флудинг»).

Функции: обозначение раздражающего коммуникативного поведения; критика неэффективного обмена информацией; маркирование цифрового этикета.

Фонетика: [ав'ирквót'инк] (мягкий [в'], [т']).

Семантика: негативная коннотация (раздражение от перегруженных сообщений); специализация значения (только в контексте переписки); связь с интернет-культурой.

Пример: «Разработчики предупреждают об опасности оверквотинга в проектах» [Блокчейн просто, 12.06.2025].

2.2.1. Качественные показатели использования продуктивных моделей образования неологизмов с иноязычными морфемами в текстах новостей Telegram-каналов

Анализ 250 публикаций Telegram-каналов за 2025 год (из них 61 случай употребления неологизмов с иноязычными морфемами) позволил выявить следующие качественные характеристики и закономерности:

Высокая продуктивность гибридного словообразования

Показатель: Активное сочетание иноязычных корней с русскими аффиксами.

Примеры: пофлексить (flex + рус. приставка *по-* и суффикс *-и-*), загуглить (Google + *за-* + *-и-*), кринжовый (cringe + *-ов-*).

Качественная характеристика: Обеспечивает лёгкую интеграцию в русскую морфологическую систему, сохраняя узнаваемость заимствованной семантики.

Фонетико-графическая адаптация как средство упрощения и русификации

Показатель: Усечение, транслитерация, упрощение произношения и написания.

Примеры: ютуб (YouTube), телега (Telegram), вайб (vibe).

Качественная характеристика: Способствует быстрому усвоению и частотному использованию в устной и письменной речи, особенно в молодёжной среде.

Семантическая метафоризация и расширение значений

Показатель: Перенос значений из узкоспециальных или иностранных контекстов в широкую цифровую коммуникацию.

Примеры: токсик (из биологии → «вредный человек»), апгрейдить (из ИТ → «улучшать себя»), фича (из программирования → «крутая особенность»).

Качественная характеристика: Отражает креативность языкового сознания, способность к образному переосмыслинию.

Активное создание псевдозаимствований и транскреативных форм

Показатель: Образование слов, лишь внешне напоминающих заимствования, или гибридов с игровой, ироничной семантикой.

Примеры: имба (от imbalanced), кринжомёт (кринж + метать), хайповозка (хайп + повозка).

Качественная характеристика: Демонстрирует высокий уровень языковой игры, творческое освоение иноязычного материала.

Ориентация на цифровую и молодёжную аудиторию

Показатель: Использование неологизмов как маркера принадлежности к интернет-культуре, геймерской, ИТ- или блогерской среде.

Примеры: зумер, мидл/сеньор/джун, стример, крипта.

Качественная характеристика: Выполняет идентификационную функцию, способствует формированию групповой солидарности.

Экспрессивно-оценочная и прагматическая нагрузка

Показатель: Передача эмоций, иронии, сарказма, оценок.

Примеры: агриться (злиться), рофлить (смеяться), оверквотинг(избыточное цитирование с негативной оценкой).

Качественная характеристика: Усиливает эмоциональное воздействие текста, служит средством языковой экономии.

Функциональная полифония

Показатель: Одновременное выполнение номинативной, экспрессивной и идентификационной функций.

Примеры: криптодроп (номинация нового явления + маркер криптосообщества), шипперить(обозначение действия + идентификация с фантомной культурой).

Качественная характеристика: Делает неологизмы универсальным инструментом цифровой коммуникации.

Высокая скорость адаптации и вариативность

Показатель: Быстрое закрепление в языке, наличие синонимичных и вариативных форм.

Примеры: ютюб/ютуб, флекс/флексить, краш/вкрашиться.

Качественная характеристика: Свидетельствует о динамичности языковых процессов в цифровой среде.

Таким образом, качественные показатели использования продуктивных моделей неологизмов с иноязычными морфемами в Telegram-каналах включают:

- Структурную гибкость (гибридные модели, адаптация),
- Семантическую креативность(метафоризация, игровые формы),
- Функциональную полифонию(номинация + экспрессия + идентификация),
- Социолингвистическую ориентированность (на молодёжную и цифровую аудиторию),
- Высокую динамику (быстрая адаптация и вариативность).

Эти показатели свидетельствуют о том, что Telegram-каналы являются активной лабораторией современного русского словообразования, где иноязычные морфемы не просто заимствуются, но творчески перерабатываются, становясь частью живой и динамичной языковой системы.

2.2.2. Качественные показатели частотности использования продуктивных моделей образования неологизмов с иноязычными морфемами в текстах Telegram-каналов

Настоящее исследование опирается на эмпирическую базу, сформированную методом сплошной выборки из русскоязычных Telegram-каналов за период с 01.05.2025 по 31.11.2025 года. В результате анализа 250 текстовых публикаций, был отобран корпус языковых единиц, включающий 61 случай (24,4%) употребления неологизмов, содержащих в своей структуре морфемы иноязычного происхождения.

На основе анализа примеров, представленных в работе, можно выделить следующие количественные показатели использования различных моделей образования неологизмов:

Модель гибридного словосложения и аффиксации является наиболее продуктивной. На её долю приходится примерно 40% (около 25 примеров из 61) от общего числа зафиксированных неологизмов. В эту группу входят образования, сочетающие иноязычный корень с русскими аффиксами, такие как: пофлексить, загуглить, кринжовый, свайпнуть, фрилансить, шипперить и другие.

Модель фонетико-графической адаптации занимает второе место по частотности – около 28% (примерно 17 примеров из 61). Данная модель включает усечённые и фонетически адаптированные формы: ютуб(YouTube), телега (Telegram), вайб(vibe), краш (crush), хайп (hype), зумер (Generation Z) и т.д.

Модель семантической метафоризации и подвижности составляет около 18% (примерно 11 примеров из 61). Сюда относятся слова, претерпевшие значительный семантический сдвиг: токсик (в значении «вредный человек»), апгрейдить (в значении «саморазвиваться»), фича (в значении «крутая особенность»), карма (в значении «цифровая репутация»).

Модель псевдозаимствований и транскреативных форм представлена примерно в 15% случаев (около 9 примеров из 61). Это креативные, часто ироничные образования: имба(от imbalanced), кринжомёт (кринж + метать), хайповозка (хайп + повозка), эщкере (от Esketit).

Частотность словообразовательных элементов

Среди морфем наиболее активными показали себя:

Глагольные суффиксы (-и-, -а-, -ну-) использованы для образования не менее 25% глаголов от общего массива неологизмов (например, рофлить, агриться, шейрить), что отражает тенденцию к вербализации новых понятий.

Суффикс -ер для обозначения лица использован в 8% случаев (краудер, созер, фолловер).

Суффикс -ов(ый) для образования прилагательных встретился в 5% случаев (кринжовый, криповый).

Тематическое распределение неологизмов

По тематической принадлежности неологизмы распределились следующим образом:

Цифровые технологии и интернет – около 41% примеров.

Социальные сети и онлайн-коммуникация – около 33%.

Молодёжная и субкультурная лексика – около 25%.

Игровая и развлекательная сфера – около 16%.

Бизнес, стартапы и профессиональная сфера – около 13%.

Интенсивность использования в отдельных каналах

Качественный анализ показал, что частота и характер неологизмов различаются в зависимости от тематики канала:

Каналы, посвящённые технологиям, криптовалюте и молодёжной культуре (например, «Блокчейн просто», «ВПШ»), демонстрируют наиболее высокую концентрацию и разнообразие неологизмов всех типов, особенно гибридных и транскреативных.

Новостные и медиа-каналы («РБК», «Коммерсантъ») используют неологизмы избирательно, чаще включая в заголовки и аналитические материалы уже устоявшиеся единицы (типа стартап, хайп, зумер), что служит инструментом привлечения внимания молодёжной аудитории.

Узкопрофессиональные каналы (например, IT-направленности) выступают основными источниками специализированных неологизмов (мидл/сеньор/джун, сорцы, оверквотинг).

Качественный анализ подтверждает, что Telegram является активной средой для словообразовательных процессов. Почти четверть проанализированных публикаций (24,4%) использует неологизмы с иноязычными морфемами. При этом доминирующей стратегией (около 40%) является их гибридизация – морфологическое включение в русскую языковую систему. Полученные данные свидетельствуют о высокой скорости лексических обновлений и прямой зависимости между тематикой канала и характером используемых неологизмов.

Выводы по второй главе

Эмпирическую основу исследования второй главы составили данные, полученные в результате сплошной выборки из 250 текстовых публикаций Telegram-каналах за 2025 год. Проведённый анализ позволил выявить 61 лексическую единицу, отвечающую критерию неологизма с иноязычными морфемами. Полученные данные служат практическим подтверждением гипотезы о том, что платформа Telegram выступает в качестве активной коммуникативной среды, генерирующей и активирующей новую лексику.

Основным теоретическим результатом главы стала авторская классификация моделей образования неологизмов с иноязычными морфемами, разработанная на основе синтеза традиционного морфемного анализа и дискурс-анализа цифровых текстов. Были выделены четыре продуктивные модели:

1. Гибридное словосложение и аффиксация (например, криптодроп, пофлексить, загуглить);
2. Фонетико-графическая адаптация (например, ютуб, телега, вайб);
3. Семантическая метафоризация и подвижность (например, токсик, бомбить, фича);
4. Псевдозаимствования и транскреативные формы (например, имба, нычка, кринжомёт).

Гибридные модели оказались наиболее продуктивными. Они сочетают иноязычные корни с русскими аффиксами, что обеспечивает их легкую интеграцию в язык и понятность для носителей (например, рофлить, свайпнуть, фрилансить).

Семантические сдвиги часто связаны с метафоризацией и расширением значений. Например: карма – от религиозного понятия к цифровой репутации; треш – от «мусора» к чему-то низкокачественному или абсурдному; апгрейдить – от технического улучшения к саморазвитию.

Функциональные особенности неологизмов включают:

1. Номинативную функцию – обозначение новых реалий (криптокит, созер);
2. Экспрессивно-оценочную – передачу эмоций (кринжовый, агриться);
3. Идентификационную – маркировку принадлежности к субкультуре или профессиональной среде (зумер, мидл, хипстер).

Цифровая среда (особенно Telegram) выступает катализатором языковых изменений, способствуя быстрому закреплению неологизмов, их вариативности и креативности (например, оверквотинг, хайповозка, эщкере).

Прагматический аспект использования таких неологизмов связан с их способностью передавать иронию, сарказм, эмоциональную оценку, а также служить средством языковой экономии (сорцы, сабж, го).

Транскреативные формы и псевдозаимствования демонстрируют высокий уровень языковой игры и адаптации под русскую морфологию, что свидетельствует о творческом освоении иноязычного материала.

Таким образом, вторая глава подтвердила, что современные русские неологизмы с иноязычными морфемами активно формируются в цифровой среде, обладают структурным и семантическим разнообразием, выполняют важные коммуникативные функции и отражают динамику языкового развития в условиях глобализации и цифровизации.

ГЛАВА 3. МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА УРОКА ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ (5-6 КЛАСС)

Тема урока: «Слова-пришельцы: Как иностранные слова становятся своими»

Целевая аудитория: учащиеся 5-6 классов.

Тип урока: урок открытия новых знаний с элементами игры и исследования.

Время: 45 минут (1 академический час)

Цель урока: ознакомить учащихся с понятием «неологизм» на примере слов из интернета и социальных сетей, научить видеть в них части (морфемы) из разных языков и понимать, как эти слова создаются.

Задачи урока:

Образовательные:

1. Дать простое определение понятиям «неологизм», «займствованное слово», «словообразовательная модель».
2. Научить распознавать в современных интернет-словах морфемы, пришедшие из английского языка (например, лайк-, хейт-, флекс-, -ер).
3. Показать основные способы создания новых слов: добавление русских окончаний к иностранному корню, сокращение, изменение значения.

Развивающие:

1. Развивать языковую интуицию и интерес к наблюдению за родным языком.
2. Развивать навыки анализа слова и работы в группе.
3. Расширять словарный запас и понимание современных текстов.

Воспитательные:

1. Формировать ответственное и осознанное отношение к речи в интернете.

2. Показать, что язык – это живая, меняющаяся система.

3. Методы и приемы: эвристическая беседа, «мозговой штурм», работа в парах/группах, лингвистическая игра, анализ конкретных примеров.

Методы и приёмы: игра, беседа, работа с визуальным рядом, исследование в парах, творческое задание

Оборудование: интерактивная доска или проектор, раздаточный материал (карточки со словами), ватман и маркеры для групп.

Ход урока

I. Организационный момент. Мотивация (5 мин.)

Приветствие. Создание позитивной, рабочей атмосферы.

Игра «Переводчик для инопланетянина».

Учитель: «Представьте, что к нам на урок прилетел инопланетянин, который знает только старый-старый словарь русского языка. Он прочитал ваши переписки и ничего не понял! Давайте ему поможем».

На доске появляются 3-4 знакомых слова из интернет-сленга в контексте простых предложений:

«Я загуглил рецепт блинов».

«Посмотри мой новый видос на Ютубе».

«Не агрись, это просто игра!»

Вопрос классу: «Как бы вы объяснили инопланетянину, что значит выделенные слова? Откуда они взялись?»

II. Актуализация знаний и постановка проблемы (7 мин.)

«А как новые слова вообще появляются в языке?»

Учитель подводит к мысли: Один из способов – взять слово из другого языка. Это и есть заимствование.

Интерактивное задание на доске: «Найди "пришельца"».

На доске два столбика со словами: компьютер, стол, браузер, окно, постить, бежать, лайк, друг.

Задание: Какие слова пришли к нам из других языков, а какие – исконно русские? (Дети рассуждают, учитель помогает).

Вывод: Многие слова, особенно связанные с техникой и интернетом, когда-то были иностранными, но теперь стали своими. Их называют неологизмами (новыми словами) или заимствованиями. Введение простых терминов (запись в тетрадь):

Неологизмы – (от греческого *neos* – «новый», *logos* – «слово») это новые слова, которые обозначают новые предметы, понятия, явления, появляющиеся в языке.

Заимствование - слово, пришедшее из другого языка.

Корень - главная часть слова, несущая его основной смысл.

Проблемный вопрос: «Вот слово ЗАГУГЛИТЬ. Оно русское или нет? Как оно получилось?»

III. Открытие нового знания (15 мин.)

Объяснение учителя с яркими примерами. Учитель показывает процесс адаптации на примерах из диссертации, используя простые схемы и аналогии.

«Приклеиваем хвостики» (грамматическая адаптация).

Пример: Английское слово *like*(нравиться). Русские взяли корень ЛАЙК- и «приклеили» к нему наши «хвостики» (окончания), чтобы получился глагол: ЛАЙК-А-ТЬ. Так же: ГУГЛ-И-ТЬ (от Google).

Практика: Давайте вместе «при克莱им» хвостик к слову флекс (хвастовство). Как будет «похвастаться»? (ПО-ФЛЕКС-И-ТЬ). Молодцы! Вы создали новое русское слово!

«Упрощаем» (фонетическая адаптация).

Пример: Слово Telegram трудно выговорить. Мы его упростили – ТЕЛЕГА. Так удобнее!

«Меняем смысл» (семантический сдвиг).

Пример: Слово ТОКСИК. Раньше оно было только у химиков и означало «ядовитый». А сейчас в интернете так говорят про вредного, злого человека. Смысл слова расширился!

Физкультминутка «Слово-действие» (2 мин.): Учитель называет слова, а дети изображают действие: лайкать(ставят лайк в воздухе), гуглить (ищут что-то на воображаемом телефоне), стримить (говорят в воображаемую камеру).

IV. Практическая часть. Игра «Собери слово-пришелец» (10 мин.)

Работа в парах или маленьких группах (по 2-3 человека).

Раздаточный материал: Каждой группе – конверт с «пазлами» – карточками. На одних карточках написаны иностранные корни (ЛАЙК-, ГУГЛ-, ХЕЙТ- (ненависть), ВАЙБ- (атмосфера)). На других – русские «хвостики» (-АТЬ, -ИТЬ, -НЫЙ, -ЕР).

Задание:

Соберите из карточек возможное новое слово.

Придумайте его смешное или серьезное значение.

Нарисуйте к нему маленькую иконку-пиктограмму на ватмане.

Пример возможных «открытий»:ХЕЙТ+ЕР = ХЕЙТЕР (человек, который всех ругает). ВАЙБ+НЫЙ = ВАЙБНЫЙ (человек с хорошей атмосферой).

Презентация: По одной паре выходит к доске, «собирает» свое слово на магнитах, называет его и показывает рисунок.

V. Рефлексия и подведение итогов (3 мин.)

Блиц-опрос:

«Какое сегодняшнее слово вам запомнилось больше всего?»

«Как называется новое слово?» (Неологизм)

«Что нужно сделать с английским корнем, чтобы получилось русское слово?» (Добавить наши суффиксы и окончания).

Итог учителя: «Сегодня мы увидели, что наш язык как живой организм – он растет и меняется, особенно в интернете. Новые слова делают нашу речь ярче, но важно их понимать и использовать к месту».

VII. Домашнее задание (на выбор)

Для наблюдателей: В течение двух дней записывать в тетрадь все новые или непонятные слова, которые услышите или увидите в на просторах интернета. Выписать 5 слов и попробовать догадаться об их значениях.

Для творцов: Написать короткий смешной диалог в мессенджере между двумя друзьями, используя 5-7 интернет-словечек (из урока или своих).

Для исследователей: Подготовить мини-рассказ про одно слово (например, краш, хайп или кринж): где его услышал, что означает, как думаешь, откуда оно взялось.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании проведенного исследования, посвященного анализу современных русских неологизмов с иноязычными морфемами в Telegram-каналах, можно сделать следующие выводы.

Интернет-пространство, и в частности платформа Telegram, представляет собой динамичную и многослойную коммуникативную среду, которая активно формирует новые языковые практики. Telegram, будучи не только мессенджером, но и мощной медиаплатформой с функциями социальной сети, объединяет миллионы пользователей, обеспечивая быстрый обмен информацией и создавая условия для рождения и распространения новой лексики.

Целью исследования был анализ словообразовательных и функциональных особенностей неологизмов с иноязычными морфемами на материале публикаций в Telegram-каналах. Для её достижения были решены поставленные задачи: определен круг неологизмов 2025 г., проанализированы способы их образования, выявлены семантические и функциональные особенности, а также установлены закономерности их интеграции в языковую систему.

В ходе исследования было установлено, что цифровая среда, в особенности платформа Telegram, выступает не пассивным каналом, а активным генератором и акселератором языковых изменений. Расширенный в первой главе теоретический анализ позволил концептуализировать иноязычные морфемы как системный ресурс современного русского словообразования, интегрирующийся в язык на разных уровнях. Было подтверждено, что заимствованные элементы выполняют в цифровом дискурсе функциональную полифонию, совмещающую номинативную, экспрессивно-оценочную, идентификационную функции и служа инструментом речевой экономии.

На материале 250 публикаций из каналов различной тематической направленности («Прямой эфир», «Российская газета | новости», РИА

Новости, РБК, «Блокчейн просто» и др.) было выявлено и проанализировано 61 случай употребления неологизмов с иноязычными морфемами.

Анализ исследования позволил выявить и систематизировать основные модели образования неологизмов:

Гибридное словосложение и аффиксация где иноязычные корни продуктивно сочетаются с русскими аффиксами (например, криптодроп, пофлексить, загуглить).

Фонетико-графическая адаптация обеспечивающая удобство восприятия и использования в русскоязычной среде (например, ютуб, телега, вайб).

Семантическая метафоризация и подвижность, отражающая расширение и перенос значений в новых контекстах (например, токсик, апгрейдить, фича).

Псевдозаимствования и транскреативные формы, демонстрирующие высокий уровень языковой игры и креативности (например, имба, кринжомёт, хайповозка).

Было установлено, что данные неологизмы выполняют ряд важных коммуникативных функций:

Номинативную – для обозначения новых реалий цифрового мира (криптокит, созер).

Экспрессивно-оценочную – для передачи эмоций, иронии, сарказма (кринжовый, агриться).

Идентификационную – для маркировки принадлежности к определенной субкультуре, профессиональной или возрастной группе (зумер, милл, хипстер).

Исследование показало, что процесс неологизации в цифровой среде характеризуется высокой скоростью, гибкостью и чувствительностью к социокультурным трендам. Язык активно и творчески осваивает иноязычные элементы, адаптируя их под свою морфологическую систему, что

свидетельствует о его жизнеспособности и развитии в условиях глобализации.

Таким образом, разумное и адекватное использование подобных неологизмов в медиадискурсе, в том числе в новостных Telegram-каналах, способствует созданию экспрессивности, установлению контакта с аудиторией, прежде всего молодёжной, и отражает актуальную лексическую картину современного русского языка. Результаты работы могут быть использованы в теоретической лингвистике, в практике преподавания русского языка как родного и как иностранного, а также при составлении словарей новой лексики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алаторцева, С. И. Проблемы неологии и русская неография : учеб. пособие / С. И. Алаторцева. – Санкт-Петербург : Филологический факультет СПбГУ, 2016. – 184 с.
2. Баранов, А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика : учеб. пособие / А. Н. Баранов. – Москва : Флинта : Наука, 2016. – 592 с.
3. Бондаренко, В. А. Неологизмы в современном русском языке: социолингвистический аспект / В. А. Бондаренко // Русская речь. – 2010. – № 4. – С. 78–83.
4. Брагина, А. А. Неологизмы в русском языке : пособие для студентов и учителей / А. А. Брагина. – Москва : Просвещение, 1973. – 224 с.
5. Виноградова, Т. Ю. Специфика дискурса социальных сетей как новая проблема современной лингвистики / Т. Ю. Виноградова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – Т. 8, № 4. – С. 798–810.
6. Горбачева, Е. П. Функционирование англоязычных заимствований в современном русском медиадискурсе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Горбачева Екатерина Павловна. – Москва, 2019. – 225 с.
7. Горина, Е. В. Особенности коммуникации в социальных медиа: лингвопрагматический аспект / Е. В. Горина // Медиалингвистика. – 2020. – № 7 (3). – С. 285–299.
8. Голев, Н. Д. Агрессия в интернет-коммуникации: лингвокогнитивный и деривационный аспекты / Н. Д. Голев // Политическая лингвистика. – 2021. – № 4 (88). – С. 55–64.
9. Гусейнова, И. А. Киберлингвистика: интернет как объект лингвистического исследования / И. А. Гусейнова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12, № 6. – С. 154–158.

10. Заботкина, В. И. Новая лексика современного английского языка : учеб. пособие / В. И. Заботкина. – Москва : Высшая школа, 1989. – 124 с.
11. Земская, Е. А. Словообразование как деятельность / Е. А. Земская. – Москва : Наука, 1992. – 221 с.
12. Земская, Е. А. Язык русского зарубежья: Общие процессы и речевые портреты / Е. А. Земская, М. Я. Гловинская, Е. Б. Крысин. – Москва ; Вена : Языки славянской культуры : Венский славистический альманах, 2001. – 492 с.
13. Иванова, М. В. Активные процессы в современном русском словообразовании: заимствованные модели / М. В. Иванова // Мир науки, культуры, образования. – 2018. – № 5 (72). – С. 483–485.
14. Ильина, Т. В. Интернет-коммуникация: особенности и тенденции развития / Т. В. Ильина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – Т. 13, № 12. – С. 257–261.
15. Каменская, О. Л. Язык молодежной субкультуры: социолингвистический аспект / О. Л. Каменская // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 4. – С. 65–74.
16. Каримова, Р. Х. Прагматика интернет-неологизмов (на материале русского и английского языков) / Р. Х. Каримова // Филология и культура. – 2019. – № 3 (57). – С. 77–82.
17. Кожевникова, Н. А. Речевая деятельность в интернете: новые жанры и новые слова / Н. А. Кожевникова // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2016. – Вып. 94, № 10 (404). – С. 59–64.
18. Кожина, М. Н. Стилистика русского языка / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. – 6-е изд. – Москва : Флинта : Наука, 2020. – 464 с.

19. Костомаров, В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. – Москва : Гардарики, 2005. – 287 с.
20. Котелова, Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов / Н. З. Котелова // Новые слова и словари новых слов. – Ленинград : Наука, 1983. – С. 5–26.
21. Кронгауз, М. А. Русский язык на грани нервного срыва / М. А. Кронгауз. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Астрель : CORPUS, 2012. – 480 с.
22. Кронгауз, М. А. Самоучитель Олбанского / М. А. Кронгауз. – Москва : АСТ, 2013. – 416 с.
23. Крысин, Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни / Л. П. Крысин // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). – 2-е изд. – Москва : Языки русской культуры, 2000. – С. 142–161.
24. Крысин, Л. П. Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий / Л. П. Крысин // Вопросы языкознания. – 2002. – № 6. – С. 27–34.
25. Кубрякова, Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – Москва : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
26. Кулешова, М. В. Способы и модели образования неологизмов в современном русском языке (на материале интернет-коммуникации) / М. В. Кулешова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14, № 7. – С. 2083–2087.
27. Левина, Т. А. Динамика неологизмов в современном русском языке: причины возникновения и особенности употребления / Т. А. Левина // Русистика. – 2012. – № 1. – С. 23–35.

28. Литвин, Ю. В. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа / Ю. В. Литвин. – Нижний Новгород : ННГУ, 2016. – 163 с.
29. Лопатин, В. В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования / В. В. Лопатин. – Москва : Наука, 1973. – 152 с.
30. Лыков, А. Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово) : учеб. пособие / А. Г. Лыков. – Москва : Высшая школа, 1976. – 119 с.
31. Маринова, Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI вв.: проблемы освоения и функционирования : монография / Е. В. Маринова. – Москва : ЭЛПИС, 2008. – 495 с.
32. Никитин, М. В. Курс лингвистической семантики : учеб. пособие / М. В. Никитин. – 3-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Научный центр проблем диалога, 2009. – 819 с
33. Новые слова и значения: Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века : в 3 т. / под ред. Т. Н. Буцевой. – Санкт-Петербург : Дмитрий Буланин, 2009–2014.
34. Павлова, Е. Ю. Графические трансформации лексики в интернет-коммуникации: орфографический аспект / Е. Ю. Павлова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкоzнание. – 2022. – Т. 21, № 2. – С. 188–199.
35. Петрова, М. А. Англицизмы в рекламном дискурсе: прагматический аспект / М. А. Петрова // Коммуникативные исследования. – 2021. – Т. 8, № 4. – С. 894–910.
36. Плунгян, В. А. Введение в грамматическую семантику: грамматические значения и грамматические системы языков мира : учеб. пособие / В. А. Плунгян. – Москва : РГГУ, 2011. – 672 с.

37. Попова, Т. В. Неология и неография современного русского языка : учеб. пособие / Т. В. Попова. – Санкт-Петербург : РГПУ им. А. И. Герцена, 2005. – 187 с.
38. Пронина, Т. Г. Англицизмы в русском языке XXI века: степень ассимиляции / Т. Г. Пронина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – Т. 13, № 1. – С. 121–125.
39. Радбиль, Т. Б. Основы изучения языкового менталитета : учеб. пособие / Т. Б. Радбиль. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Флинта : Наука, 2017. – 328 с.
40. Радбиль, Т. Б. Интернет-мемы как феномен современной культуры: лингвокогнитивный аспект / Т. Б. Радбиль, А. А. Юнаковская // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Филология. – 2020. – № 1. – С. 195–203.
41. Русский язык конца XX века (1985-1995) / отв. ред. Е. А. Земская. – 2-е изд. – Москва : Языки русской культуры, 2000. – 480 с.
42. Сахарный, Л. В. Психолингвистика: учеб. пособие / Л. В. Сахарный. – Москва : Просвещение, 1989. – 192 с.
43. Скляревская, Г. Н. Словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / под ред. Г. Н. Скляревской. – Москва : Астрель : ACT, 2005. – 894 с.
44. Соколовская, Т. Д. Неологизмы в аспекте преподавания русского языка как иностранного / Т. Д. Соколовская // Русский язык за рубежом. – 2011. – № 4 (227). – С. 53–59.
45. Степанов, Ю. С. Основы общего языкоznания : учеб. пособие / Ю. С. Степанов. – 2-е изд., перераб. – Москва : Просвещение, 1975. – 271 с.
46. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожиной. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Флинта : Наука, 2015. – 696 с.

47. Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика / под ред. Г. Н. Скляревской. – Москва : Эксмо, 2006. – 1136 с.
48. Улуханов, И. С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация / И. С. Улуханов. – Москва : Наука, 1996. – 222 с.
49. Уфимцева, А. А. Лексическое значение: Принципы семиологического описания лексики / А. А. Уфимцева. – Москва : Наука, 1986. – 240 с.
50. Феллер, В. А. «Псевдоанглицизмы» в современном русском языке: структура и семантика / В. А. Феллер // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. – 2018. – № 5. – С. 53–69.
51. Фролова, О. Е. Telegram-каналы как новый жанр медиадискурса: лингвистический аспект / О. Е. Фролова // Медиалингвистика. – 2022. – № 9 (1). – С. 115–128.
52. Цыганова, Е. А. Лингвистические особенности Telegram-каналов: на материале русскоязычных новостных ресурсов / Е. А. Цыганова // Научный диалог. – 2023. – № 12 (3). – С. 170–189.
53. Черняк, В. Д. Язык массмедиа: учеб. пособие / В. Д. Черняк, М. А. Черняк. – Москва : Флинта : Наука, 2021. – 232 с.
54. Шмелёв, А. Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю / А. Д. Шмелёв. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Языки славянской культуры, 2020. – 224 с.
55. Щерба, Л. В. Языковая система и речевая деятельность / Л. В. Щерба. – 4-е изд., стер. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 432 с.