

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

СТРУКТУРА И СЕМАНТИКА НЕОЛОГИЗМОВ
ДЕЛОВОЙ СФЕРЫ (на материале английского языка)

Е.Н. Схаляхо

Аннотация. Статья посвящена изучению структурно-семантических особенностей неологизмов деловой сферы. Цель работы — выявление закономерностей возникновения терминологии исследуемой сферы. Материалом исследования послужили лексические единицы и словосочетания, опубликованные за период с 2020 по 2025 год на сайте англо-английского онлайн-словаря Cambridge Dictionary в разделе “New Words”. В работе использовались методы сплошной выборки, систематизации, анализа словарных дефиниций, метод компонентного и словообразовательного анализа, а также метод количественного подсчета. Были проанализированы основные структурные модели терминов: выявлены аффиксальные термины, сложные, аббревиатуры, слова-слитки (бленды) и словосочетания. Сделан вывод о преобладании терминов-словосочетаний. В работе была проведена систематизация неологизмов согласно семантическим характеристикам. Анализ семантических особенностей показал, что неологизмы могут быть распределены по 10 лексико-тематическим группам и 4 подгруппам. Значительная часть выборки содержит коннотативный компонент.

Ключевые слова: деловая сфера, терминология, неологизм, новая лексика, неоним, неология, термин-неологизм, терминообразование, структурно-семантические особенности

Для цитирования: Схаляхо Е.Н. Структура и семантика неологизмов деловой сферы (на материале английского языка) // Преподаватель XXI век. 2026. № 1. Часть 2. С. 383–393. DOI: 10.31862/2073-9613-2026-1-383-393

383

STRUCTURE AND SEMANTICS OF NEOLOGISMS IN BUSINESS SPHERE
(Based on the English Language)

Е.Н. Skhalyakho

Abstract. The article studies structural and semantic features of neologisms in the sphere of business communication. The aim of the work is to reveal the way business terminology emerges. The material for the study is lexical units and phrases published

© Схаляхо Е.Н., 2026



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

for the period from 2020 to 2025 on the website of the English-English online dictionary Cambridge Dictionary in the “New Words” section. The author used the method of continuous sampling, the method of systematization, the method of analysis of dictionary definitions, the method of component analysis, word-formation analysis and the method of quantitative counting. The main structural models of terms were identified. Affixational derivatives, compounds, abbreviations, blended words and word combinations were analyzed. A conclusion was made about the predominance of word combinations. The neologisms were systematized according to semantic characteristics. The analysis of semantic features showed that neologisms can be distributed into 10 lexical-thematic groups and 4 subgroups. A significant part of the sample contains a connotative component.

Keywords: business sphere, terminology, neologism, new words, neonym, neology, terminological neologism, term formation, structural and semantic features

Cite as: Skhalyakho E.N. Structure and Semantics of Neologisms in Business Sphere (Based on the English Language). *Prepodavatel XXI vek*. Russian Journal of Education. 2026, No. 1, part 2, pp. 383–393. DOI: 10.31862/2073-9613-2026-1-383-393

Изменения в социальном контексте, новшества в научных и профессиональных сферах закономерным образом влияют на лексический состав языка и способствует его непрерывному обновлению. Деловая сфера является той областью, которая быстро реагирует на нововведения. В современном мире с учетом изменяющихся реалий возникают новые форматы трудовой деятельности, в том числе гибридные, позволяющие человеку совмещать работу и отдых, работу и путешествие, командировку и отдых и т.д. Становится популярным работать удаленно или быть самозанятым, что зачастую приводит к тому, что жилая площадь одновременно может стать «офисом», мастерской или даже местом для производства. Следовательно, возникают новые понятия, требующие номинации, что и приводит к образованию неологизмов.

По мнению И.В. Арнольд, неологизмами называются «слова или фразеологические обороты, входящие в язык в связи с ростом культуры и техники, развитием или изменениями в общественных отношениях и изменениями в быту и условиях жизни людей и ощущаемые говорящими как новые» [1, с. 323].

Неологизмы, которые появляются внутри терминологии, называются термины-неологизмы, или неонимы. Согласно определению С.В. Гринева-Гриневича, «термины-неологизмы (новые термины) — это термины, именующие новые понятия или предлагаемые в качестве новых наименований для существующих понятий» [2, с. 62].

Неологизмы находятся в центре внимания ученых. Так, новой лексике посвящены работы К.И. Декатовой [3], Е.А. Лебедевой [4], Ю.Н. Сидоренко, Ю.М. Калашниковой [5], И.А. Воробьевой [6] и других современных лингвистов, что свидетельствует об актуальности данной тематики.

Материалом исследования послужили словарные статьи из раздела “New Words” на сайте англо-английского онлайн-словаря Cambridge Dictionary [7]. В разделе публикуется новая лексика с примером употребления в контексте и со ссылкой на источник, где была использована лексема (или словосочетание). Поскольку

публикуемая лексика является новейшей и может быть малоизвестна или неизвестна широкой публике, читателям предлагается проголосовать, целесообразно ли включать ту или иную единицу в словарь. Для этого на сайте есть кнопка «проголосовать». Необходимо выбрать один из вариантов ответа на вопрос “Should X be added to the dictionary?»: “Yes! I’ve heard/read this word a lot”; “Definitely not!”, “Let’s wait and see. Maybe people will start using it”. (Перевод: *Следует ли добавить X в словарь?* (где X — конкретная словарная единица). Варианты ответов: «Да! Я часто слышал/видел это слово»; «Определенно, нет!»; «Нужно подождать. Возможно, это слово войдет в употребление»).

Методом сплошной выборки нами была выделена и изучена лексика, пополнившая данный раздел за последние пять лет (с июля 2020 г. по июль 2025 г.). Из 812 неологизмов, было отобрано 125 единиц, относящихся к деловой сфере. Выборка производилась на основе анализа словарных дефиниций.

Сложно предугадать, какой процент представленных в рубрике неологизмов войдет в употребление и прочно закрепится в языке. Возможно, некоторые единицы останутся на уровне авторского неологизма, который был использован в определенном контексте (вошел в словарную статью в качестве источника) и нужен был лишь для создания определенного стилистического эффекта. Какое-то количество новой лексики посвящено преходящим явлениям, которые относительно быстро теряют актуальность, вслед за чем отпадает необходимость использовать и номинативную единицу. Однако, несомненно, останется определенное количество неологизмов, которые закрепятся в языке и будут активно использоваться для специальных целей или пополнят пласт общеупотребительной лексики.

Структурные особенности неологизмов

Терминообразование в деловом английском соответствует основным моделям терминодеривации в английском языке [8]. Проанализируем отобранный материал с точки зрения структуры, выделив аффиксальные термины, сложные, аббревиатуры, бленды, термины-словосочетания (среди однословных терминов в нашей выборке не было обнаружено ни одного простого (корневого) термина, поэтому данный структурный тип не рассматривается).

Приведем примеры аффиксальных неологизмов (производных лексем, имеющих в своем морфемном составе префикс или суффикс):

pleasanteerism — поведение, при котором человек старается казаться на работе веселым и дружелюбным, даже если он напряжен или встревожен, ради того чтобы о нем сложилось хорошее мнение (здесь и далее перевод и интерпретация дефиниции наши — E.C.);

neobank — тип банка, который предоставляет услуги только онлайн и не имеет физических отделений.

Следующий структурный вид — сложные лексемы, которые образовались при помощи словосложения. Примерами могут послужить следующие единицы:

brokefishing — практика притворяться, что у вас меньше денег, чем есть на самом деле, чтобы обманом заставить другого человека что-то вам купить;

sunshineing — ситуация, при которой сотрудник имеет дополнительную работу, о которой знает его основной работодатель.

Рассмотрим неологизмы-сокращения, образованные с помощью аббревиации. Приведем примеры инициальных аббревиатур:

EX (employee experience) — общее время, которое сотрудник проводит в компании с момента подачи заявления о приеме на работу до момента увольнения, и как он себя при этом чувствует;

MAANG (Meta, Apple, Amazon, Netflix u Google) — способ обозначения данных компаний как единого целого.

В числе инициальных аббревиатур были найдены акронимы:

HENRY (high earner, not rich yet) — тот, кто зарабатывает много денег, но имеет мало сбережений или других активов;

HiPPO (highest paid person's opinion) — ситуация на рабочем месте, когда мнение человека с самой высокой зарплатой воспринимается более серьезно, чем мнение остальных, даже если это необоснованно.

Следующая группа неологизмов — термины, образованные методом блендинга (телескопии, контаминации). Частями блендов могут быть усеченные элементы основ слов или сочетание усеченного элемента и полной основы. Приведем примеры:

wanderpreneur (wander+entrepreneur) — человек, который не имеет постоянного офиса или дома и проводит время, живя с семьей и работая в разных городах или странах;

greenflation (green+inflation) — рост цен в результате перехода к зеленой экономике.

Следующий структурный тип неологизмов — словосочетания, т.е. единицы, состоящие из двух и более лексем. Анализ структуры словосочетаний выявил основные модели их образования. Приведем примеры наиболее частотных моделей из нашей выборки:

N+N (46 единиц): *human cloud* — внештатные работники, находящиеся в любой точке мира, нанятые для работы над индивидуальными задачами, которые можно выполнить на компьютере;

N+Ving (7 единиц): *carbon insetting* — внесение изменений в компанию с целью уменьшения ущерба, наносимого ее деятельностью окружающей среде;

Adj+N (6 единиц): *virtual commute* — способ для людей, работающих из дома, более легко отделить рабочее время от личного.

Были также выявлены неологизмы, построенные по моделям Ved+N, N+N+N, Adj+N+N, Adj+Ving, Ved+Ving, N+prep+Adj+N. Они составили малочисленную выборку (каждой модели соответствует от 1,5% до 4,4% выборки).

Количественное распределение неологизмов согласно структурным моделям выглядит следующим образом (см. рис. 1).

Примечательны семантические особенности терминоэлементов, входящих в состав словосочетаний. В нашей выборке лишь небольшая часть состоит из сочетания общеупотребительных слов без значимого семантического сдвига, т.е. оно прозрачно и легко выводится из прямого значения отдельных его компонентов. Например:

founder mode — стиль управления, при котором основатель компании участвует во всех аспектах бизнеса, а не делегирует обязанности менеджерам;

mouse jiggling — приведение в движение компьютерной мыши с регулярными интервалами с помощью гаджета или программного обеспечения, чтобы заставить работодателя думать, что сотрудник работает, хотя это на самом деле не так.

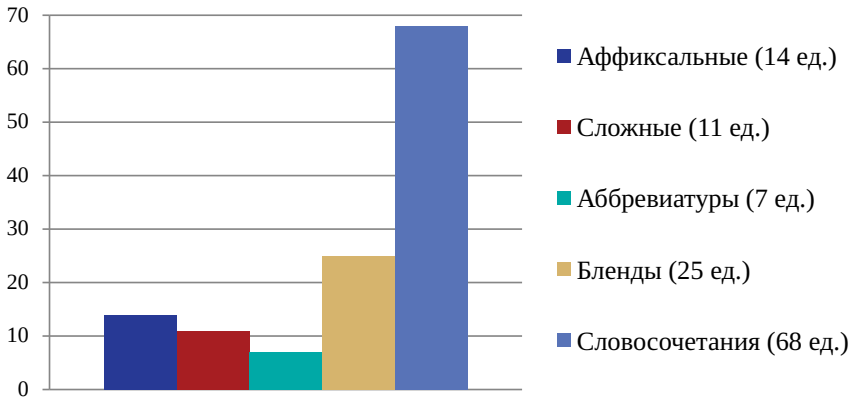


Рис. 1. Структурные типы неологизмов

Большая же часть неологизмов образована при помощи сочетания слов, в котором как минимум один компонент имеет переносное значение, т.е. образован способом вторичной номинации — метафоризации. Приведем примеры:

naked quitting — уход с работы без необходимости идти на другую работу;

ghost colleague — сотрудник компании, который работает в основном дома и нечасто контактирует с другими людьми, работающими в той же компании.

Не только словосочетания в нашей выборке содержат компонент-метафору, но и термины, образованные другими способами, включают элементы, созданные путем вторичной номинации. Поскольку значительная часть выборки содержит элементы с переносным значением, полагаем, что основой для создания неологизмов исследуемой сферы стал семантический способ. Наш вывод коррелирует с заключением С.В. Гринева-Гриневица о терминах, образованных семантическим образом: такие термины «в большинстве случаев составляют ядро терминологии и широко используются для образования новых терминов путем деривации, сложения и образования словосочетаний с определяющими и уточняющими словами» [2, с. 128–129].

Семантическая характеристика неологизмов

Проанализируем семантическую составляющую отобранных лексических единиц. С целью систематизировать языковой материал мы классифицировали его по семантическому критерию и выделили следующие лексико-тематические группы (ЛТГ).

1. Группа «**Новые форматы работы**». К данной группе относятся лексемы и словосочетания, которые номинируют форматы трудовой деятельности, отличные от стандартного (при котором сотрудник идет на работу и находится на рабочем месте в течение полноценного рабочего дня).

Популярны различные виды удаленной работы. Если давно привычным стал термин *work from home* (работа из дома), то следующей ступенью можно считать номинацию-неологизм, созданную по аналогии с предыдущей: *work from anywhere* — работа откуда угодно (из любого места).

Работающим удаленно можно воспользоваться *pub desk* — это стол в пабе, который можно использовать как письменный.

Интересна единица *coffee badging*, означающая приход сотрудника на работу на небольшой промежуток времени, достаточный только для того, чтобы выпить кофе с коллегами, прежде чем вернуться домой и работать из дома.

Явление, когда сотрудник работает удаленно, становится настолько частотным, что возник термин *zoom town* — город, в котором большое количество жителей работают удаленно.

Популярным видом является совмещение работы и путешествия. Приведем примеры:

lisness (leisure+business) — тип путешествия, при котором в отпуске выделяется время для работы, посещения деловой конференции и т.д.;

paucation (pay+vacation) — работа, которая позволяет трудиться удаленно, посещая другие города и страны.

Практикуется совмещение работ:

polywork — деятельность, связанная с выполнением нескольких различных работ одновременно.

В рамках данной группы выделены единицы, которые номинируют смешанный тип рабочего места. Зачастую часть дома оборудуется под офис или мастерскую:

shouse (shop+house) — тип дома, в котором мастерская примыкает к жилой зоне;

pocket office — небольшая площадь в доме, используемая как рабочее пространство.

Возможны самые неожиданные варианты. Например, термин *WFB (working from boat)* означает, что человек ведет рабочую деятельность, живя на лодке;

boffice (bed+office) — кровать, используемая в качестве рабочего места тем, кто работает дома;

cloffice (closet+office) — чулан, переделанный в небольшое офисное помещение.

Заметим, что для передачи гибридного формата работы очень удобным способом оказался блендинг, так как именно бленды структурно и семантически отражают специфику явления смешанных видов деятельности. Именно данным способом образована почти половина (42%) единиц группы «Новые форматы работы».

2. Группа «**Виды профессиональной деятельности**». В данной группе собраны единицы, номинирующие новые профессии. Такие термины отражают появление новых сфер, в которых человек может реализовать себя. Например:

director of first impressions — работник в офисе или отеле, чья задача заключается в том, чтобы приветствовать посетителей и помогать им;

disco nanny — работник, который присматривает за детьми семьи по вечерам или ночам, когда родители ходят на вечеринки и в ночные клубы.

3. Группа «**Поиск работы/Прием на работу**». В данной группе собраны единицы, номинирующие различные составляющие процесса приема на работу. Выявлены неологизмы, которые отражают негативные аспекты данного процесса. Примерами могут послужить следующие единицы:

rage applying — импульсивная подача заявлений на несколько новых должностей только потому, что работник крайне неудовлетворен своей настоящей работой;

chumocracy — ситуация, в которой начальство берет на работу друзей, а не тех, кто обладает необходимыми навыками и опытом.

Один из трендов, распространенный среди молодежи поколения Z, называется *sa-reer catfishing*. Это принятие предложения о работе, а затем неявка на работу в первый или любой последующий рабочий день.

4. Разветвленной оказалась группа **«На рабочем месте»**. Она делится на несколько подгрупп: «Управление», «Задачи/Задания на работе», «Виды сотрудников», «Поведение на работе», «Офисное пространство».

4.1. В подгруппе **«Управление»** собраны единицы, которые номинируют стили и способы управления в организации. Например:

founder mode — стиль управления, при котором основатель компании участвует во всех аспектах бизнеса, а не делегирует обязанности менеджерам;

bossware — тип программного обеспечения, которое используется начальством для мониторинга того, что сотрудники делают на своих компьютерах.

4.2. В подгруппу **«Задачи/Задания на работе»** мы отнесли неологизмы, связанные с непосредственными задачами, с которыми сталкивается сотрудник:

ghost work — работа, которую выполняет человек, а большинство считает, что она автоматически выполняется компьютером;

vampire task — одна из рутинных, но необходимых административных задач, на выполнение которой сотрудникам приходится тратить много времени.

4.3. Подгруппа **«Виды сотрудников»** базируется на дифференциации сотрудников согласно различным параметрам.

Например, *new-collar worker* (термин создан по аналогии с терминами *blue-collar / white-collar worker*) — новичок, который выполняет хорошо оплачиваемую и технически сложную работу (часто в сфере цифровых технологий), для которой не требуется университетского диплома;

loud labourer — сотрудник, который любит рассказывать коллегам о том, как он занят и успешен на работе, хотя на самом деле это не так;

frolleague (friend+colleague) — коллега, который стал другом.

4.4. Подгруппа **«Поведение на работе»** включает неологизмы, номинирующие образ действий, характер поведения работника:

productivity theatre — способ создать впечатление, что работник очень усердно трудится, даже если это не так;

taskmasking — привычка притворяться занятым на работе, хотя на самом деле это не так.

4.5. Подгруппа **«Офисное пространство»** содержит термины, номинирующие рабочее место в офисе. Рабочее пространство в офисе также адаптируется под современные реалии. Например, *resimercial (residence + commercial)* — офис, который сочетает в себе элементы жилого и нежилого помещений и по удобству и дизайну больше похож на комнату в доме.

Неологизмы отражают современные потребности трудящихся. Например, это может быть потребность в уединении:

alonement space — выделенная зона в офисе, где сотрудник может работать в тишине и уединении, не отвлекаясь на коллег.

5. Группа **«Зарплата, доход»** отражает важнейший аспект для любого работника. В группе находятся термины, в которых отражены какие-либо сложности при получении дохода. Например, *ask gap* означает разницу в зарплате людей, которые просят (и получают) более высокую сумму, и тех, кто этого не делает.

Также выделены термины, номинирующие достаток или даже сверхдостаток: *thrifitarian* — человек с хорошим достатком, который притворяется, что он тратит меньше денег и не покупает дорогие вещи, чтобы быть похожим на большинство;

centibillionaire — тот, кто имеет активы и инвестиции на сумму не менее 100 миллиардов долларов, фунтов и т.д.

6. Немаловажную часть деловой сферы составляет экономика. Группа «**Экономический аспект**» семантически связана с предыдущей, однако она содержит термины, которые номинируют глобальные процессы. Многие термины отражают негативные изменения в экономике. Примером может служить термин *cheapflation* — ситуация, когда цена продукта остается прежней или увеличивается, но его основной ингредиент присутствует в меньшем количестве или имеет более низкое качество. Близкий к нему по значению термин *skimpflation* обозначает ситуацию, когда цена товара или услуги остается прежней, но качество ухудшается.

7. Группа «**Гендерный аспект**». В данной группе объединены неологизмы, которые затрагивают тему феминизма, гендерного неравенства и т.п.:

microfeminism — ряд незначительных действий, направленных на то, чтобы женщины имели те же права, власть и возможности, что и мужчины, и чтобы отношение к ним было одинаковым;

gender tenure gap – ситуация, когда женщины занимают очень высокие должности в течение более короткого времени, чем мужчины.

Термин *lazy girl job* означает работу, которая хорошо оплачивается, не требует много времени или слишком больших усилий и часто может выполняться удаленно. В дефиниции не прослеживается отрицательная коннотация. Однако, если посмотреть на структуру термина и семантику его элементов, то термин можно трактовать как «работа, с которой справится ленивая девушка», а это можно рассматривать как проявление сексизма.

8. Группа «**Стресс на работе**». Значительное количество неологизмов относится к состоянию стресса и эмоционального выгорания на работе. Данный факт отражает тенденцию, при которой современный человек не выдерживает темпа, в котором ему приходится работать, завышенных ожиданий, которые диктуются извне, желанием чего-то добиться, необходимостью много работать (зачастую на нелюбимой или низкооплачиваемой работе из-за отсутствия альтернативы и т.д.). Приведем примеры:

sunday scaries — чувство стресса или беспокойства, испытываемое в воскресенье перед завтрашним выходом на работу;

rust-out — чувство крайней скуки и отсутствие энтузиазма, вызванные тем, что на работе недостаточно дел или слишком долго приходится работать над невыполнимыми задачами.

9. Группа «**Уход с работы**» логически связана с предыдущей. В данной группе оказались единицы, которые номинируют вынужденный уход с работы, когда сотрудник больше не может или не хочет чего-то терпеть. Отсутствуют единицы, связанные с уходом по нейтральной причине (переезд, предложение лучшей должности и т.д.):

Quit-Tok — тенденция публиковать в соцсетях видео об увольнении с работы, часто комментируя отсутствие удовлетворенности работой или баланса между работой и личной жизнью;

conscious quitting — увольнение с работы из-за того, что вы не разделяете те же ценности, что и люди, отвечающие за вашу компанию.

10. Заключительная группа «**Разное**» содержит разнообразные неологизмы, которые не подходят под выделенные выше категории.

Например, термин *business shower* (образован по аналогии с термином *baby shower*) — вечеринка, проводимая в честь открытия нового бизнеса;

graternity leave (*grandparent* + *maternity leave*) — период, в течение которого сотруднику предоставляется оплачиваемый отпуск для ухода за новорожденным внуком.

Количественное распределение неологизмов по лексико-тематическим группам представлено на рисунке (см. рис. 2).

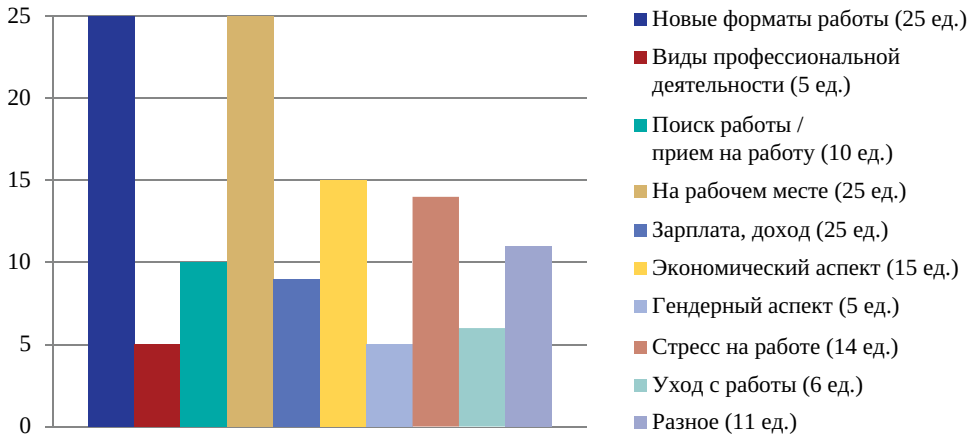


Рис. 2. Тематическая классификация неологизмов деловой сферы

Нельзя оставить без внимания оценочный аспект неологизмов. В задачи исследования не входило изучение их коннотации, поэтому ее детальное описание может составить перспективу исследования. Однако нельзя не отметить тенденцию к появлению значительного количества неологизмов, которые имеют отрицательную коннотацию. Мы полагаем, что это связано с «более острой и дифференцированной эмоциональной и речемыслительной реакцией людей именно на отрицательные явления, а также характерной для стрессовых, т.е. резко отрицательных эмоциональных состояний, тенденцией к использованию готовых речевых форм и в том числе устойчивых словесных комплексов» [9, с. 61]. А.Д. Райхштейн делает данное заключение относительно фразеологических единиц, тем самым объясняя «сдвиг в сторону отрицательных значений» во фразеологической системе языка [там же]. На наш взгляд, это актуально и для неологизмов исследуемой сферы. Тематическая классификация позволила выявить негативные составляющие деловой жизни человека, такие как стресс на работе, недовольство условиями труда, увольнение, сложности при поиске работы и т.д. Закономерно, что неологизмы, номинирующие данные аспекты, имеют выраженную отрицательную коннотацию.

Изложим основные выводы, сделанные по результатам данного исследования.

1. Появление неологизмов в деловой сфере связано с актуальными проблемами в данной области. На первый план выходит поиск альтернативных форматов работы,

стремление к удобному, гибкому графику без необходимости присутствовать в офисе, способность совмещать различные виды деятельности. Важным аспектом становится то, какие чувства испытывает сотрудник на рабочем месте, в связи с чем прослеживается антропоцентричность неологизмов.

2. Анализ структуры неологизмов позволил выявить следующие виды (приведем в процентном соотношении): словосочетания (54,4%), бленды (20%), аффиксальные (11,2%), сложные слова (8,8%), аббревиатуры (5,6%). Наиболее частотными моделями образования словосочетаний явились N+N (67,6% от общего количества словосочетаний), N+Ving (10,3%), Adj+N (8,8%). Также в небольшом количестве были обнаружены единицы, построенные по моделям Ved+N, N+N+N, Adj+N+N, Adj+Ving, Ved+Ving, N+prep+Adj+N (каждой модели соответствует от 1,5% до 4,4% выборки).

3. Анализ семантических особенностей позволил классифицировать неологизмы исследуемой сферы по тематическому принципу. Так, было выделено 10 групп и 4 подгруппы. Приведем процентное соотношение: ЛТГ «Новые форматы работы» — 20%, ЛТГ «Виды профессиональной деятельности» — 4%, ЛТГ «Поиск работы / Прием на работу» — 8%, ЛТГ «На рабочем месте» (внутри группы выделено 4 подгруппы) — 20%, ЛТГ «Зарплата, доход» — 7,2%, ЛТГ «Экономический аспект» — 12%, ЛТГ «Гендерный аспект» — 4%, ЛТГ «Стресс на работе» — 11,2%, ЛТГ «Уход с работы» — 4,8%, ЛТГ «Разное» — 8,8%.

Количественный подсчет позволяет выявить, какие составляющие деловой сферы наиболее подвержены развитию и различного рода изменениям.

4. Маркером удовлетворенности/неудовлетворенности современного работника различными аспектами трудовой деятельности является коннотативный компонент неологизмов. Значительная часть новой лексики имеет отрицательную коннотацию, так как в центре внимания находятся негативные факторы и связанная с этим неудовлетворенность, приводящая к постоянному стрессу и обуславливающая уход с работы. Глобальные процессы негативного характера в экономике также стали причиной появления неологизмов с отрицательной коннотацией.

Результаты исследования могут быть использованы при лексикографической обработке новой лексики современного английского языка: составлении специальных словарей и справочных изданий, а также при подготовке вузовских курсов по деловому английскому и лексикологии. Перспективным, на наш взгляд, может быть прицельное изучение коннотативных характеристик неологизмов как социокультурных маркеров.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА; Наука, 2012. 376 с.
2. Гринева-Гринева С.В. Терминоведение: учебное пособие. М.: Академия, 2008. 304 с.
3. Декатова К.И. Политические фразеологические неологизмы // Известия ВГПУ. 2021. № 2 (155). С. 117–121.
4. Лебедева Е.А. Актуализация неологизмов в англоязычных медиатекстах // Ученые записки НовГУ. 2022. № 5 (44). С. 560–564.
5. Сидоренко Ю.Н., Калашникова Ю.М. Неологизмы в английской биржевой терминологии // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 4. С. 1182–1186.

6. Воробьёва И.А. Понятие «неологизм», классификация неологизмов в английском языке // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2019. № 3 (101). С. 158–166.
7. New Words // Dictionary.Cambridge.org. URL: <https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/page/2/> (дата обращения: 01.07.2025).
8. Схляхо Е.Н. Структурные и деривационные особенности терминов в сфере делового общения (на материале английского языка) // Вопросы современной лингвистики. 2025. № 3. С. 71–81.
9. Райхштейн А.Д. Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии. М.: Высшая школа, 1980. 141 с.

REFERENCES

1. Arnold I.V. *Leksikologija sovremennogo anglijskogo jazyka* [Lexicology of Modern English]. Moscow, Flinta, 2012, 376 p. (in Russ.)
2. Grinev-Grinevich S.V. *Terminovedenie* [Terminology]. Moscow, Akademija, 2008, 304 p. (in Russ.)
3. Dekatova K.I. Politicheskie frazeologicheskie neologizmy [Political Phraseological Neologisms], *Izvestiya VGPU = VSPU News*, 2021, No. 2, pp. 117–121. (in Russ.)
4. Lebedeva E.A. *Aktualizacija neologizmov v anglojazыchnyh mediatekstah* [Actualization of Neologisms in English Language Media Texts], *Uchenye zapiski NovGU = Scientific Notes of NovSU*, 2022, No. 5, pp. 560–564. (in Russ.)
5. Sidorenko Yu.N., Kalashnikova Yu.M. *Neologizmy v anglijskoj birzhevoj terminologii* [Neologisms in the English Stock Exchange Terminology], *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues*, 2021, No. 4, pp. 1182–1186. (in Russ.)
6. Vorobyova I.A. *Ponyatie “neologism”, klassifikacija neologizmov v anglijskom jazyke* [The Concept of “Neologism”, Classification of Neologisms in the English Language], *Vestnik Habarovskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i prava = Bulletin of the Khabarovsk State University of Economics and Law*, 2019, No. 3, pp. 158–166. (in Russ.)
7. New Words. In: *Dictionary.Cambridge.org*. Available at: <https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/page/2/> (accessed: 01.07.2025).
8. Skhalyakho E.N. *Strukturnye i derivacionnye osobennosti terminov v sfere delovogo obshchenija (na materiale anglijskogo jazyka)* [Structural and Derivational Features of Terms in the Sphere of Business Communication (based on the English language)], *Voprosy sovremennoj lingvistiki = Issues of Modern Linguistics*, 2025, No. 3, pp. 71–81. (in Russ.)
9. Rajhshtejn A.D. *Sopostavitelnyj analiz nemeckoj i russkoj frazeologii* [Comparative Analysis of German and Russian Phraseology]. Moscow, Vysshaya Shkola, 1980, 141 p.

Схляхо Елена Нальбиевна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра английской филологии, Адыгейский государственный университет, shn01@yandex.ru

Elena N. Skhalyakho, PhD in Philology, Associate Professor, English Philology Department, Adygha State University, shn01@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 14.09.2025. Принята к публикации 05.11.2025

The paper was submitted 14.09.2025. Accepted for publication 05.11.2025