

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка и
методики его преподавания

**Особенности использования неологизмов в новостном дискурсе
(на материале новостных каналов CNN и Россия 24)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 413 группы
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранный язык»
факультета иностранных языков и лингводидактики

Абдраковой Аделины Руслановны

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка и
методики его преподавания,
к.филол.н., доцент

_____ Т.А.Спиридонова
подпись, дата

Заведующий кафедрой
английского языка и
методики его преподавания,
канд. пед. наук, доцент

_____ Г.А. Никитина
подпись, дата

Саратов 2019

Введение. Инновационные процессы XXI века внесли свои коррективы в языковую систему. Наиболее ярко такие изменения отразились на лексическом уровне, характеризующемся подвижностью, гибкостью. Лексика – уникальный языковой материал для исследования, благодаря которому можно увидеть, как состояние общества, так и состояние сознания и мышления его членов. Пополнение, обновление лексического состава языка осуществляется за счет появления новых слов или новых значений слова, создание которых обусловлено переменами в объективной действительности. Общество всегда стремится найти средства для номинации новых реалий.

Научно–технический прогресс повлек за собой весомый пласт новых слов. Основной объём возникновения лексических новообразований приходится на сферу средств массовой информации (СМИ). Активное развитие СМИ всегда отражается на лексике. В центре внимания, таким образом, оказывается слово.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения новой лексики как средства выражения изменений, происходящих в современном новостном дискурсе.

Объектом исследования послужили неологизмы в СМИ.

Предмет исследования – структура и семантика неологизмов, представленных в СМИ.

Целью нашего исследования является изучение неологизмов в новостном дискурсе на материале каналов CNN и Россия 24.

Поставленная цель обусловила необходимость решения ряда конкретных задач:

1. дать определение ключевым понятиям: «дискурс», «неологизм»;
2. изучить способы образования неологизмов;
3. проанализировать структуру и семантику неологизмов, используемых в новостных сюжетах CNN и России 24.

В процессе исследования использовались такие общенаучные *методы*, как: метод сплошной выборки; поисковый метод; анализ литературы по теме исследования; сравнительно-сопоставительный метод; метод математической обработки данных.

Методологической и теоретической базой исследования послужили фундаментальные исследования в области теории дискурса и неологии таких ученых как Карасик В.И., Дейк ван Т. А., Добросклонская Т. Г, Бессонова В.Л., Жданова Л.Е.

Материалом исследования послужили новостные выпуски каналов CNN и Россия 24.

Научная новизна данного исследования заключается в исследовании английских и русских неологизмов в текстах СМИ.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что подробный анализ неологизмов вносит определённый вклад в развитие новостного дискурса.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов практике устной и письменной речи, лексикологии, стилистике, лингвокультурологии.

Апробация исследования проводилась в Саратовском национальном исследовательском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского на факультете иностранных языков и лингводидактики. Результаты исследования докладывались на 71 (8-й) ежегодной научной студенческой конференции 18-19 апреля 2019г.

Структура выпускной квалификационной работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав (глава 1 «Исследование новостного дискурса и неологизмов», глава 2 «Особенности использования неологизмов на материале новостных сюжетов каналов CNN и Россия 24») заключения, списка литературы.

Основное содержание работы. За последнее десятилетие понятие «дискурс» стало одним из центральных в гуманитарной науке. Можно

выделить несколько подходов к определению дискурса: коммуникативный (функциональный) подход, структурно-синтаксический подход, структурно-стилистический подход; социально-прагматический подход.

Классификация позволяет понять, что природа дискурса тройственна: одна его сторона обращена к прагматике, к типовым ситуациям общения, другая - к процессам, происходящим в сознании участников общения, и к характеристикам их сознания, третья - к собственно тексту.

Термин «дискурс», как он понимается в современной лингвистике, близок по смыслу к понятию «текст», однако подчеркивает динамический, разворачивающийся во времени характер языкового общения; в противоположность этому, текст мыслится преимущественно как статический объект, результат языковой деятельности. Некоторые исследователи трактуют дискурс как включающий одновременно два компонента: и динамический процесс языковой деятельности, вписанной в ее социальный контекст, и ее результат (то есть текст); именно такое понимание принято в данном исследовании: дискурсивное пространство мыслится как некая логическая среда, в которой сосуществуют дискурсы и дискурсивные личности - люди, производящие эти дискурсы. Оно представляет собой среду сосуществования определенных дискурсов, объединенных по какому-либо признаку. При этом дискурсивное пространство понимается не как вместилище, в которое «помещены» дискурсы, в котором они «расположены»; оно понимается как сложная система, параметры которой заданы возможностью объединения дискурсов.

Как показал обзор научных работ, центральное место в данной проблематике занимают работы по обобщению и анализу терминологического аппарата исследований медийного и новостного дискурса. В лингвистике, наравне с термином «медиадискурс», употребляют также «дискурс СМИ, дискурс масс-медия» и т.д.

Как было установлено, в современной лингвистике среди исследователей дискурса СМИ нет единой точки зрения относительно структурных компонентов новостного дискурса и их обозначения.

Модель анализа новостного телевизионного дискурса позволяет достичь системного подхода - медиалингвистического, т.е. совместить критерии языкознания и теории журналистских жанров.

Семантика высказывания (например, тематика телесообщений) должна соотноситься не только с референциальным значением, но и с субъектом высказывания, и с тем, на кого оно направлено (аудитория).

Предполагается, что семантика «истинности», «достоверности» обосновывает высказывания новостного типа. Это условие влияет на все уровни реализации новости как текста и как дискурса, т.е. в коммуникативном пространстве телевизионного общения ведущего и аудитории.

Исследователи сходятся во мнении, что появление неологизмов в языке – это не спонтанный и не хаотичный процесс. Появление нового слова обусловлено определенными потребностями, как правило, прагматического характера.

С приходом глобализации в обществе резко вырос спрос на информацию. Для полноценного участия в современной жизни стало необходимо получать информацию регулярно. Главной целью любого СМИ является удовлетворение потребности человека, общества и государства в получении информации. Способность вещать, невзирая на границы и скорость передачи сигнала, сделали телевидение одним из самых популярных средств массовой информации. Сообщения, распространяемые с помощью ТВ, воспринимаются полнее, быстрее и эмоциональнее, чем у его предшественников – печати и радио.

В ходе исследования было выявлено, что для окраски речи в общеупотребительную лексику включаются неологизмы.

Изучение неологизмов предполагает выявление причин столь интенсивного их роста, а раскрытие причинно-следственных связей возникновения неологизмов требует учета статусных характеристик единиц, соотносимых с неологизмами в структурно - семантическом плане. Динамика перемещения новых элементов языковой системы от периферии к центру наиболее отчетливо проявляется в неологизмах, появляющихся на телевидении, поскольку СМИ оперативно реагирует на изменения, непрерывно происходящие в жизни общества.

Выбранные неологизмы были разделены на 4 группы: морфологический, синтагматический, семантический, заимствования.

Первая группа неологизмов относится к морфологическому типу, который разделён на подтипы: аффиксальный: *narcissocracy, cybercasing, slashie, misophonia, tentafier, track-a-holism, superager, moto-doping, anti-aircraft*; словосложение: *vote-shame, slacklining, flatform, smartglasses, wrist-top*; сокращения-слияния: *snownado, gloatgram, complisult, sharent, dreamathon, fappy, geriaction, phablet, narcisstick, hipsterfication*; сокращения-аббревиация: *CET, CEC, FOMO*.

Вторая группа принадлежит к синтагматическому типу: *global weirding, vertical forest, bullet wallet, stealth health*.

В третью группу были отнесены неологизмы, которые сочетают в себе несколько способов образования, например: *black-hole resort, apitourism, whaling, sodcasting, dark social, tiger mother, clockpunk*.

Рассмотрим подробно данные группы:

Морфологический тип

Аффиксальный

Superager. Префикс *super-* супер, в значении чего – то невероятного, в сочетании с лексемой *age* – возраст, образуют новую лексему, дословно переводящуюся как «супервозраст». Добавление суффикса *-er*, который обладает значением деятеля, приводит к созданию неологизма *superager* – возрастная группа за 80, не имеющая отклонений в умственном развитии.

Kramer has a name for people like this vigorous, dynamic octogenarian: “superagers.” In recent years, he’s become increasingly fascinated by their qualities and has set out to solve the mystery of their success.

Track-a-holism. Неологизм имеет значение «контролирование состояния здоровья с помощью приложений или электронных приборов». Суффикс - *holism* со значением «зависимость» добавлен к слову *track* – *прослеживать*.

*How can we duplicate the behaviors of the **track-a-holic** and catapult the digital health industry to new heights?*

Префиксальные словосложение:

Moto-doping – «скрытый мотор для велосипедов, незаконно использующийся на велогонках». Образовалось данное слово путем прибавления аффикса *moto-* в значении «моторизованность» к слову *doping*, что переводится как подмешивание чего – либо. Структурные части неологизма отражают его семантику.

*Cycling's most infamous **motodoping** accusation has returned to haunt the sport*

Anti-aircraft. Собирательное военное зенитное средство. Добавлен аффикс «*anti-*» имеет значение «*против*», к слову *aircraft* – *самолет, летательный аппарат*.

*This hard, cylindrical, **anti-aircraft** artillery shell.*

Сложные слова:

Smartglasses - «очки, которые включают в себя многие функции персонального компьютера, включая доступ в Интернет, приложения, дисплей, камеры, датчики и антенны для таких технологий, как *Wi-Fi* и *GPS*». Соединение слов *smart* (умный) и *glasses* (очки). Дословный перевод «умные очки», то есть очки, характеризующиеся многофункциональностью в сфере инноваций.

*Corresponding to intention characteristics participants really enjoyed to interact with **smart glasses**. They have high self-efficacy towards the issue of using*

smart glass;

Flatform. Структуру неологизма образуют основы слов *flat* в значении *плоский* и *platform* – *платформа*. Суммируя значение отдельных составляющих, получаем следующую семантику нового слова: «*обувь на плоской подошве*»

*'A saviour for some, a sight for sore eyes for others: **flatforms** are the love child of a platform and a flat shoe ... Lovers of all things chunky will fall head over soles for this new shoe breed '.*

Аббревиация позволяет дать сокращенные наименования многосложным словам и словосочетаниям, представляющим собой:

- Наименования понятий общественно - политической сферы (названия политических партий, общественных организаций, обществ):

CET-Central European Trust.

*Charles Jonster, **CETs** founder and president, said yesterday: "It takes some of the nonsense and froth out of the market and makes things more sensible";*

Также существует модель сокращения-слияния.

Narcisstick. Название *селфи-палки* – это семантика данного слова. Образовалось путем слияния слова *narcissistic* – *самовлюбленный* и словосочетания *selfiestick* - *селфи-палка*.

*A brief history of selfies and **narcissticks**.*

Gloatgram. Данное слово имеет следующее семантическое значение: «*фотографии в сети Инстаграм, демонстрирующие отличную жизнь их автора, путешествия или еду*». Этимология неологизма: от *gloat* (*восхищение*) и сокращения *gram* от *instagram* (*Инстаграм – социальная сеть*).

*"Did you see the **gloatgram** that Kevin posted? ».*

Синтагматический тип:

Bullet wallet. Имеет следующее значение: «*человек, запугивающий или оказывающий влияния на людей, используя свое финансовое состояние*». Сочетание слов *bully* – *хулиган, то есть человек, совершающий*

отрицательные поступки, и *wallet* – кошелёк, указывает на средство, которым пользуется хулиган для достижения целей.

*Made from olive green cordura this **bullet wallet** will take 7 rounds, the rounds are held in place with a flat piece of heavy duty elastic that's sectioned off to fit the ...;*

Третья группа сложных неологизмов. Приведем пример:

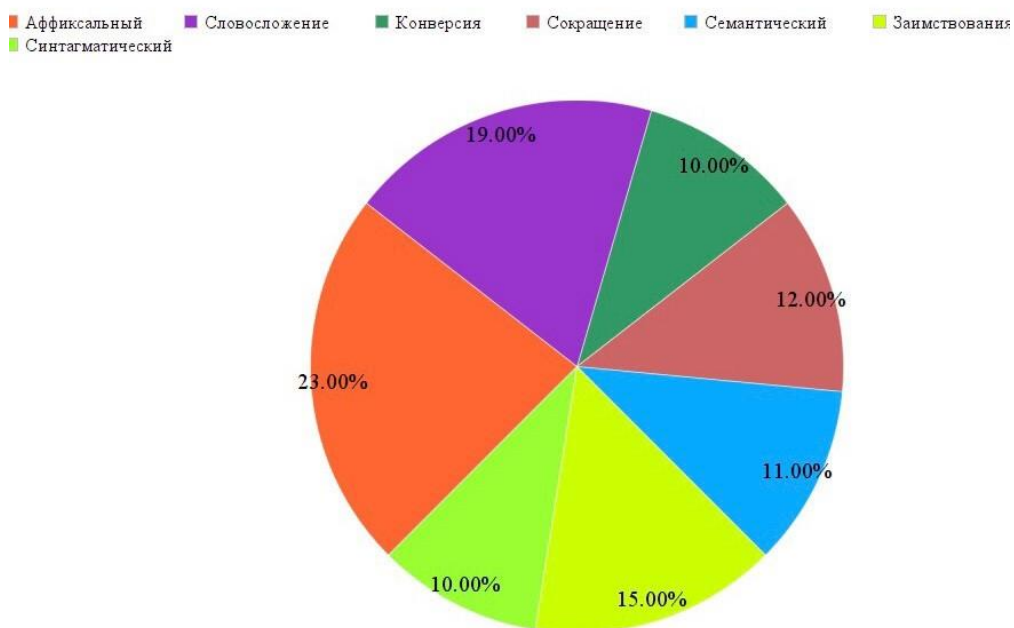
Морфологический способ (сокращение – слияние) + заимствование:

Apitourism. Слово состоит из двух основ: первая *apis* – слово, заимствованное из латинского языка со значением *пчела*, вторая *tourism* переводится как *туризм*. Так сформировался неологизм со значением – «современный вид туризма, в котором интерес путешественников заострен на жизни пчел».

With the rise of all things eco, the idea of “apitourism” may seem too niche in its focus.

Для наглядности полученные результаты представим в виде диаграммы.

Диаграмма 1. Способы образования неологизмов в английском языке.



Из диаграммы 1 видно, что из отобранных неологизмов наибольшее количество образовано посредством аффиксации - 23%. На втором месте –

словосложение, которое представлено 19%. На третьем месте – заимствования, данным способом образовано 15%. Четвертое место занимает тип «сокращения», он составил 12%. Пятое место – семантический признак – 11%. И последнее место – синтагматический признак (10%).

Перейдем к рассмотрению способов образования неологизмов в русском языке. В ходе анализа были выявлены следующие способы:

Суффиксально - префиксальный способ создания слова «*инноватор*» (человек, который занимается инновациями).

«Нашего корреспондента направили к нему как к образцовому инноватору, одному из тех, кто сумел довести свои высокотехнологичные идеи до массового коммерческого продукта»

«*Электро*» – сокращенная форма слова «*электрический*» – и «*эко*» – сокращенная форма слова «*экологический*» – вошли в состав двух лексических неологизмов, в 1-м случае присоединившись к самостоятельному слову, во 2-м случае заменив первую часть узувального «*автомобиль*».

*«Европейцы вновь продемонстрировали приверженность **экомобилям**»*

С каждым днём продолжается процесс активного заимствования английских слов и вытеснение ими русских аналогов: прочно вошли в русскую речь такие слова как: паркинг (parking) вместо “парковка”, *уикенд* (weekend) вместо “выходной”, *фан* (fun) вместо “веселье, забава”.

Рассмотрим этот процесс на примере слова *фан*.

С английского существительного слово *fun* переводится как «забава, веселье, шутка, шутить».

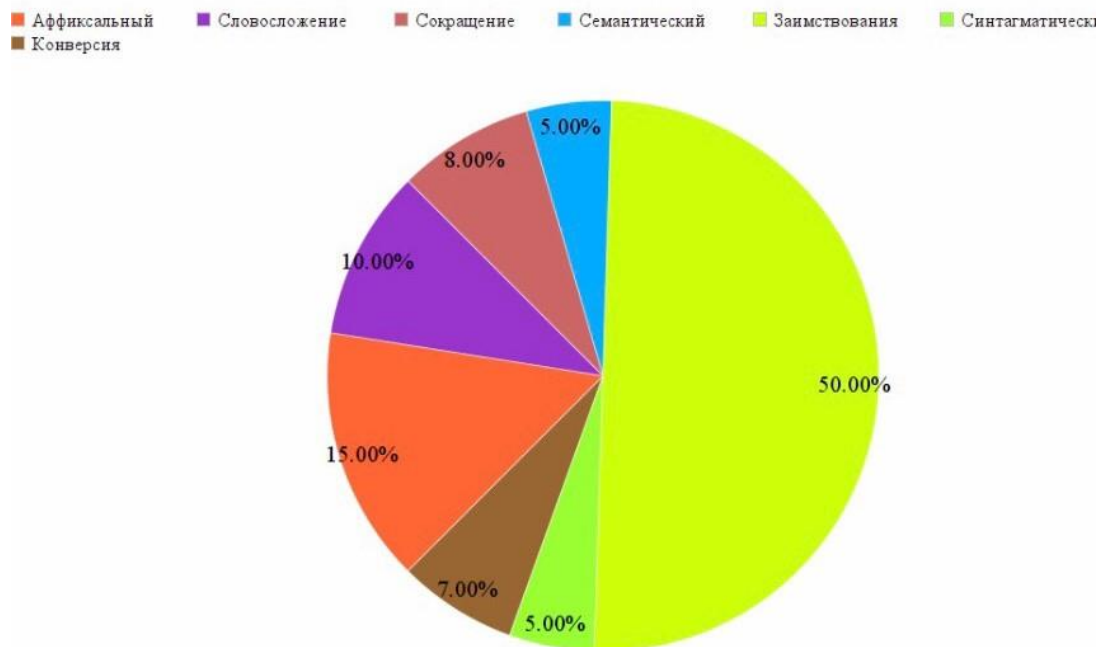
It's no fun having to work late every night.

Слово *фан* употреблялось в значении схожем со словосочетанием «*по приколу*», «*для веселья*».

*Дело в том, что Шурочка все это устроила не ради **фана**, а чтобы поставить на место поручика Ржевского.*

Результаты анализа неологизмов в русском языке отображены в диаграмме 2.

Диаграмма 2.



Можно сделать вывод, что 50% неологизмов составляют заимствования из иностранного языка в частности из английского. На втором месте аффиксальный тип – 15%; на третьем месте словосложение – 10%, за ними идет сокращение – 8%, последнее место делят семантический и синтагматический – 7%.

Заключение. Новостной телевизионный дискурс ориентирован на адресата, и его целью является одновременно информирование о событии и воздействие на аудиторию, что обеспечивает его особый характер. Эталонными критериями современной новостной информации являются: фактуальность, конкретность, релевантность, значимость, достоверность, новизна и свежесть.

Использование неологизмов является характерной особенностью новостного дискурса, зачастую именно в нем происходит зарождение и распространение новых единиц, которые затем закрепляются в языке.

Анализ показал, что неологизмы делают тексты современными,

позволяют автору материала избежать шаблонов и речевых клише.

Исходя из анализа, были сделаны следующие выводы: способы образования неологизмов, отобранных из материалов новостного дискурса канала CNN показывают, что срабатывает принцип языковой экономии, то есть проявляется компрессивная функция языка. Язык тяготеет к данному принципу, поскольку темп жизни убыстряется, вследствие этого слова либо становятся короче, либо одна языковая единица включает в себя несколько понятий.

Что касается словообразования в русском языке, проанализированного на материале новостного дискурса канала Россия 24, в настоящее время, более 50% всей лексики составляют слова, заимствованные из иностранных языков (в частности из английского языка). Человек, использующий англо-американизмы, считается привлекательным собеседником.

Сравнительный анализ показал, что новостной дискурс является эффективным пространством для языковой игры, а неологизмы служат отличным средством для ее реализации.

В заключении можно сделать вывод, что любой действующий язык – это система, которая постоянно развивается. Благодаря появлению новых слов, неологизмов, динамично пополняется лексический состав языка.