

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного

Неологизмы в различных Интернет-изданиях

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 521 группы
направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики

Лариной Екатерины Валерьевны

Научный руководитель

к.ф.н., доцент

подпись, дата

Е. В. Уздинская

Зав. кафедрой д.ф.н., доцент

подпись, дата

А. Н. Байкулова

Саратов 2024

ВВЕДЕНИЕ

Развитие русского языка, как и любого другого, является непрерывным процессом, связанным с обогащением и обновлением его лексического состава.

Язык, как главное средство коммуникации, тесно связан с прогрессом, поэтому его обновление и развитие отражают изменения в мире. Процесс обновления русского языка может осуществляться разными способами, такими как создание новых слов, заимствование терминов из других языков и появление новых значений у уже существующих слов. Все эти процессы связаны с развитием общества, науки, технологии и культуры, в результате чего появляются новые понятия, явления и предметы, для которых необходимы новые слова и выражения.

Возникновение новых лексических единиц - результат не только прогресса и научных открытий, но и эволюции общества, развития культуры и появления новых идей. Новые слова активно используются носителями языка, отражая современные тенденции и социальные потребности.

Обновление русского языка играет важную роль в его сохранении и развитии, позволяя языку быть актуальным и эффективно передавать информацию в соответствии с текущими социальными, культурными и научными изменениями.

Средства массовой информации играют важнейшую роль в формировании и изменении языка; все новое, что появляется в СМИ, становится известным и популярным, поскольку СМИ адресованы массовой аудитории, т.е. всему населению. Таким образом, СМИ становятся распространителями новообразований, способствуя их популяризации и раскрытию различных возможностей языка как системы.

Актуальность данной исследовательской работы обусловлена активным процессом пополнения лексики русского языка неологизмами и широким использованием их в СМИ.

Объектом данной работы являются неологизмы в различных Интернет-изданиях

Предмет исследования – состав и функции неологизмов в различных Интернет-изданиях

Целью выпускной квалификационной работы является определение специфики состава и функций неологизмов в различных Интернет-изданиях

Для достижения поставленной цели необходимо выполнение следующих **задач**:

- Изучить литературу, связанную с исследованиями неологизмов;
- Выявить неологизмы в различных Интернет-изданиях;
- Определить типы выявленных неологизмов;
- Сопоставить состав и функции неологизмов в различных Интернет-изданиях;

Методы исследования были определены целью и поставленными задачами, таким образом, основными методами оказались: теоретический анализ источников, описательный, статистический.

Материалом исследования явились тексты Интернет-издания «Лента.ру» и Интернет-версия газеты «Аргументы и факты» за 2024-2025 год. Для статистического анализа был проанализирован материал общим объемом 7580 словоупотреблений.

Основное содержание работы

Глава 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В первой главе определены основные понятия, важные в связи с проблематикой исследования.

Дано понятие **публицистического стиля** как основного стиля, реализуемого в сфере Интернет-СМИ. Указаны основные функции публицистического стиля, определена важность информационной и воздействующей функции. Показаны принципы реализации данных функций.

Определено понятие **Интернет-СМИ**. Выделены особенности данного типа СМИ. Дана типология жанров Интернет-СМИ. Представлены тенденции изменений в языке и стиле современных СМИ с опорой на работы Кожиной, Сиротининой, Тертычного и др.

Отмечено понятие **неологизмов**. Представлена классификация новых слов с опорой на работы А.А. Брагиной, И.Б. Голуб, Л.П. Крысина и др. Проанализированы причины и источники заимствования: заимствования из иностранных языков (английский, греческий, латинский, немецкий, голландский, французский) и заимствование из сленга (молодежный, профессиональный, компьютерный, жаргонизмы уголовной среды, интернет-сленг). Выявлены словообразовательные неологизмы (аббревиация, простые производные слова, словосочетания, сложение, приставочно-суффиксальный, приставочный, суффиксальный способ), семантические неологизмы (переосмысление), общеязыковые и индивидуально-авторские и историзмы (актуализация слов).

Определены тематические группы неологизмов (технологическая, экономическая, бытовая, социальная, спортивная, политическая) и функции неологизмов (номинативная, привлечения внимания адресата, экономии лексических средств, эвфемистическая, прагматическая) с опорой на работы С.В. Кончаковой, Г.Н. Склярёвской, Е.Н. Шагаловой и др.

Глава 2 СОСТАВ И ФУНКЦИИ НЕОЛОГИЗМОВ В ИЗДАНИЯХ «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ» И «ЛЕНТА.РУ»

Во второй главе работы дана краткая характеристика изданий «Аргументы и факты» и «Лента.ру». Для анализа использованы материалы приблизительно одинакового объема (7580 словоупотреблений) из обоих изданий за период с 14.01.2025 по 20.01.2025. Материалы взяты в равном соотношении из всех рубрик изданий: «Здоровье» и «Красота», «Интернет» и «СМИ», «Культура», «Наука и техника», «Образование», «Общество», «Политика», «Происшествия», «Экономика», «Спорт». В результате анализа выявлено общее количество и частота использования неологизмов в изданиях, проведено сопоставление между изданиями, представлены наиболее часто используемые слова, приведен полный перечень неологизмов и составлены следующие таблицы:

Таблица 1 – Соотношение новых слов и количества их употреблений.

| Количество разных слов | Количество словоупотреблений |
|------------------------|------------------------------|
| 390 | 1060 |

Таблица 2 – Сопоставление количества неологизмов в изданиях «Аргументы и факты» и «Лента.ру»

| Название издания | Кол-во разных слов | Кол-во словоупотреблений |
|-------------------|--------------------|--------------------------|
| Аргументы и факты | 175 | 375 |
| Лентра.ру | 265 | 685 |

Рассмотрена представленность неологизмов в словарях современного русского языка, таких как Левашова Е.А. «Новые слова и значения. [Левашова 1997], Леонтьевой Е.В, Щетининой А.В., Касатова С.А. «Толковый словарь русских неологизмов» [Леонтьева, Щетинина 2024], Складневской Г.Н. «Толковый словарь русского языка XX века. Языковые изменения» [Складневская 1998], Складневской Г.Н. «Толковый словарь русского языка начала XXI века. Актуальная лексика» [Складневская 2006], Шагаловой Е.Н. «Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века» [Шагалова 2011]. Исследование показало, что лишь часть новых слов зафиксирована в словарях. В работе приведен список слов, отраженных в словарях и не зафиксированных в них. Результаты анализа отражены в таблице 3.

Таблица 3 – Соотношение количества неологизмов, зафиксированных и не зафиксированных в словарях неологизмов

| | |
|--|---|
| Неологизмы, зафиксированные в словарях | Неологизмы, не зафиксированные в словарях |
| 170 | 220 |
| 45,5% всех неологизмов | 56,5% всех неологизмов |

Анализ материала позволил обратить внимание, прежде всего, на наиболее активные источники новых слов, которыми остаются иностранные языки, продуктивные модели словообразования, а также переосмысление уже существующих лексем. Результаты представлены в Таблицах 4 и 5. В Таблице 4 показано соотношение количества неологизмов в зависимости от происхождения на материале **обоих изданий**, в Таблице 5 мы показали **различия** в количественном соотношении неологизмов того или иного происхождения в «АиФ» и в «Ленте.ру».

Таблица 4 – Соотношение количества неологизмов в зависимости от их происхождения в изданиях «Аргументы и факты» и «Лента.ру»

| | Количество словоупотреблений | Количество разных слов |
|--|------------------------------|------------------------|
| Заимствование из иностранных языков | 400 | 125 |
| Заимствование из сленга | 40 | 18 |
| Словообразование: сложение, аббревиация, суффиксальный, приставочный, приставочно-суффиксальный способ | 288 | 143 |
| Словосочетания | 67 | 31 |
| Переосмысление | 259 | 71 |
| Актуализация слов | 2 | 1 |

Таблица 5 – Сопоставление групп неологизмов по происхождению в изданиях «Аргументы и факты» и «Лента.ру»

| | «Аргументы и факты» | | «Лента.ру» | |
|--|------------------------------|------------------------|------------------------------|------------------------|
| | Количество словоупотреблений | Количество разных слов | Количество словоупотреблений | Количество разных слов |
| Заимствование из иностранных языков | 128 | 55 | 265 | 92 |
| Заимствование из сленга | 13 | 6 | 27 | 13 |
| Словообразование: сложение, аббревиация, суффиксальный, приставочный, приставочно-суффиксальный способ | 108 | 62 | 206 | 97 |
| Словосочетания | 31 | 18 | 35 | 15 |
| Переосмысление | 89 | 31 | 149 | 46 |
| Актуализация слов | 2 | 1 | 0 | 0 |

Выделен ряд тематических групп, некоторые из которых включают множество различных подгрупп. Представлены примеры и полный перечень слов каждой тематической группы. Анализ показал, что неологизмы охватывают все тематические сферы – от технологий и бизнеса до эмоций и повседневной жизни, формируя картину языка, тесно связанного с современной реальностью. Состав тематических групп и количество входящих в них неологизмов представлены в Таблице 6.

Таблица 6 – Тематические группы неологизмов в изданиях «Аргументы и факты» и «Лента.ру»

| Тематическая группа | Количество словоупотреблений | Количество разных слов |
|---|------------------------------|------------------------|
| 1. Наука и технологии | 536 | 159 |
| 1.1. Информационные технологии и Интернет | 519 | 146 |

| | | |
|---|-----|----|
| 1.1.1 Цифровые устройства | 38 | 20 |
| 1.1.2. Онлайн-сервисы и платформы | 103 | 29 |
| 1.1.3. Язык программирования и искусственный интеллект | 104 | 27 |
| 1.1.4. Система и ее использование | 38 | 26 |
| 1.1.5. Интернет как средство коммуникации | 236 | 44 |
| 1.2. Наука, технические устройства и технологии | 17 | 13 |
| 2. Политика и общественные отношения | 46 | 18 |
| 3. Экономика, бизнес и организация труда / производства | 124 | 45 |
| 4. Маркетинг и реклама | 84 | 27 |
| 5. СМИ | 4 | 3 |
| 6. Культура и искусство | 68 | 27 |
| 7. Игры | 14 | 9 |
| 8. Здоровье и красота | 27 | 15 |
| 9. Спорт, физкультура | 12 | 8 |
| 10. Автомобили | 3 | 2 |
| 11. Одежда и мода | 11 | 5 |
| 12. Еда | 18 | 9 |
| 13. Эмоции, состояния | 14 | 10 |
| 14. Взаимосвязи, взаимоотношения, общение | 24 | 12 |
| 15. Инфраструктура / архитектура и строительство | 64 | 33 |
| 16. Быт | 2 | 2 |
| 17. Прочее, в том числе абстрактные понятия | 6 | 3 |

Приведены ключевые функции, которые выполняют неологизмы, отмеченные в изданиях: номинативная, экспрессивная и эвфемистическая