

ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕКСТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ НЕОЛОГИЗМОВ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Коренева А.В.¹, Зубарева Н.А.²

¹ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет», Мурманск, e-mail: korenevaanast@mail.ru;

²МБОУ г. Мурманская гимназия № 6, Мурманск, e-mail: ninel200555@mail.ru

В статье утверждается, что на современном этапе развития лингводидактики весьма актуально включить в обучающий процесс по русскому языку как иностранному тексты региональных СМИ как средства для изучения неологизмов. Приведены результаты исследования, в ходе которого дан комплексный анализ неологизмов русского языка в текстах средств массовой информации Мурманской области. Выявлены словообразовательные особенности 143 лексических единиц, охарактеризована их семантика. Определено, что в текстах региональных СМИ широко употребляются неологизмы из тех сфер человеческой деятельности, которые активно развиваются. На основе анкетирования трудовых мигрантов выявлены проблемы, которые испытывают иностранные граждане, проживающие на Кольском Севере, при восприятии неологизмов в печатных и интернет-изданиях. Описывается лингводидактический потенциал текстов региональных СМИ при изучении русского языка как иностранного. Целесообразность их использования при создании учебных материалов по неологии обосновывается тем, что работа с региональными текстами способствует более успешной социально-языковой адаптации иностранных граждан в регионе проживания, более осознанному восприятию особенностей местной культуры, экономики, истории. В статье представлены примеры лексических упражнений по усвоению неологизмов, в основе которых лежат тексты из региональных СМИ.

Ключевые слова: неологизмы, русский язык как иностранный, лексика, лексические упражнения, региональные тексты, средства массовой информации.

LINGUODIDACTIC POTENTIAL OF REGIONAL MEDIA TEXTS IN THE STUDY OF NEOLOGISMS IN THE LESSONS OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

Koreneva A.V.¹, Zubareva N.A.²

¹Murmansk Arctic State University, Murmansk, e-mail: korenevaanast@mail.ru;

²Gymnasium No. 6, Murmansk, e-mail: ninel200555@mail.ru

The article argues that at the present stage of development of linguodidactics it is very important to include regional media texts in the teaching process of Russian as a foreign language as a means for studying neologisms. The results of the study are presented, during which a comprehensive analysis of the neologisms of the Russian language in the texts of the mass media of the Murmansk region is given. During the investigation word-formation features of 143 lexical units are identified, their semantics are characterized. It is determined that neologisms from those spheres of human activity that are actively developing are widely used in the texts of regional media. Based on the migrant workers survey, the problems experienced by foreign citizens living in the Kola North when perceiving neologisms in print and online publications are identified. The article also describes the linguodidactic potential of regional media texts in the Russian as a foreign language study. The use of regional mass media texts in the creation of educational materials on neology expediency is justified by the fact that working with regional texts contributes to a more successful socio-linguistic adaptation of foreign citizens in the region of residence and a more conscious perception of the peculiarities of local culture, economy, history. The article presents examples of lexical exercises that are made with the use of regional media texts and provide the assimilation of neologisms.

Keywords: neologisms, Russian as a foreign language, lexical units, lexical exercises, regional media texts, mass media.

На современном этапе развития лингводидактики весьма актуально включение в обучающий процесс по русскому языку как иностранному публицистического стиля речи, поскольку «в эпоху всеобщей информатизации, конвергенции и глобализации общества язык

СМИ аккумулирует языковые, социальные и культурно-исторические явления» [1, с. 585], вследствие чего происходит его активная неологизация.

Для иностранных граждан новая лексика представляет не только большой интерес, но и большую трудность. Чтение текстов общественно-политического характера, в которых освещаются актуальные события, поиск такой информации в Интернете, обсуждение в блогах требуют серьезной языковой работы, которая не будет эффективной без понимания значений неологизмов. В связи с этим на занятиях РКИ целесообразно при изучении неологизмов использовать тексты СМИ.

В процессе исследования было необходимо: 1) выявить и проанализировать неологизмы в региональных СМИ как языковую основу для создания дидактических материалов; 2) определить трудности, которые испытывают иностранные граждане, проживающие в Мурманской области, при восприятии неологизмов в публикациях региональных СМИ; 3) разработать упражнения по усвоению неологизмов.

Методы исследования. Реализации поставленных целей способствовало применение таких методов, как контент-анализ региональных СМИ; анкетирование трудовых мигрантов, проживающих в Мурманской области; метод изучения продуктов педагогической деятельности (анализ учебной литературы по РКИ); прогностический метод (моделирование и проектирование учебного процесса).

Результаты исследования и их обсуждение. В последнее десятилетие появилось немало публикаций по проблемам функционирования неологизмов в текстах средств массовой информации. Однако в большинстве статей рассматривается неологизация языка российских СМИ в целом [2-5], а работ, в которых характеризуются неологизмы региональных СМИ, практически нет [6]. На первом этапе исследования мы проанализировали 100 текстов региональных СМИ с 2018 по 2021 гг. Материалом послужили тексты газет «Аргументы и факты на Мурмане», «Вечерний Мурманск», «Мурманский вестник», «Комсомольская правда. Мурманск» и информационных интернет-агентств «СеверПост.Ru», «Регион51», «City51». Такой выбор обусловлен следующими факторами.

1. Наличие у печатных изданий электронных версий всех выпусков, что позволяет сохранить востребованность данных газет у жителей региона.
2. Направленность на разную целевую аудиторию.
3. Информирование читателей о событиях из разных сфер жизни: экономика, бизнес и финансы, культура, спорт, образование и т.д.
4. Периодичность обновления информации («Аргументы и факты на Мурмане» – еженедельно, остальные СМИ – ежедневно).
5. Доступность информации (интернет-агентства и официальные сайты региональных

газет открыты для пользователей, не требуют регистрации и оплаты подписки).

В результате изучения региональных СМИ было выявлено 143 неологизма. Уточним, что вслед за другими учеными в области лексикологии [7, 8, 9] мы понимаем под неологизмами как собственно новые, впервые образованные или заимствованные слова, так и слова, известные в языке ранее, но или употреблявшиеся ограниченно, или ушедшие из активного употребления, а сейчас ставшие широко употребительными. Для выявления неологизмов и определения их семантики в ряде случаев нами использовались справочные источники [10, 11]. При этом мы учитывали, что в современную эпоху, когда скорость появления новых слов значительно выше, чем прежде, словари нередко «опаздывают» с регистрацией неологизмов или включают слова, уже утратившие данный статус. Ведь «чем актуальнее новое слово, тем активнее и интенсивнее оно будет включаться в процессы языковой коммуникации, а значит, быстрее утратит свою новизну» [12, с. 422].

В ходе работы было выделено шесть идеографических групп: «Политика»; «Экономика»; «Культура»; «Досуг. Туризм», «Информационные технологии». «Здравоохранение». Приведем примеры неологизмов из разных групп с указанием общего количества слов в той или иной группе.

Экономика (36 неологизмов): долларизация, фермеризация, закредитованность, бизнес-акселератор, инновационный ваучер, инвестиционный климат, самозанятый, конгресс-центр, бизнес-инкубатор, цифровой рубль, рублевый токен, транзакция, стартап, смарт-контракт, ликвидность, профицит, PR-стратегия, рискоориентированные.

Культура (22 неологизма): интернет-блог, инициативник, медийщик, коворкинг, арт-объект, стимпанк, медиаиздание, сувенирка, паропанк, шоумен, батл, аквакультура, гейм-косплей, инсталляция, лаунжстория, IQ-тория.

Информационные технологии (20 неологизмов): IP-телефония, IT-технологии, PR-поддержка, SMS-сообщение, VIP-гость, web-издатель, web-камера, онлайн-сервис, портал, 3D-модель, онлайн-режим, цифровой кошелек, QR-код, онлайн-путешествие, вай-фай.

Здравоохранение (13 неологизмов): ковид-диссидент, COVID-19, ангиограф, ковидный, эпидситуация, пандемия, заграда, ковидзараженный, Красная зона, ПЦР-тест.

Политика (4 неологизма): юнармейцы, евромайдановец, путиновец, инновация.

Досуг. Туризм (4 неологизма): дайвинг, руфер, дайвер, дрейфт.

Количественное распределение слов по группам отражает использование неологизмов именно в тех сферах, где появляется большее количество новых явлений, а значит, понятий. Больше всего неологизмов в группе «Экономика», так как в последние три года на территории Мурманской области успешно реализуются и активно освещаются в печати несколько национальных проектов экономического характера. Значительное количество неологизмов в

группе «Здравоохранение» обусловлено новыми реалиями жизни – борьбой с коронавирусной инфекцией. Большое количество слов группы «Информационные технологии» связано с тем, что компьютерные технологии прочно вошли в нашу жизнь и постоянно развиваются, способствуя тем самым притоку новых слов.

Среди способов образования неологизмов были выделены: словообразовательная деривация (89 слов), семантическая деривация (3 слова), заимствования (7 слов).

Самым продуктивным способом оказалась словообразовательная деривация. Активно используется образование сложносоставных слов с иноязычными элементами: PR-стратегия, IQ-тория, IP-телефония, IT-технологии, PR-поддержка, SMS-сообщение, VIP-гость, web-издатель, web-камера, 3D-модель, 3D-принтер, QR-код (*«Сегодня в Апатитах на базе средней общеобразовательной школы № 7 впервые в Мурманской области открывается профильный лагерь по IT-технологиям»*) [Информационное агентство «Би-порт»].

Сложные неологизмы часто образованы сложением без интерфикса: онлайн-расчет, онлайн-режим, онлайн-пресс-конференция, онлайн-путешествие, ковид-диссидент, гейм-косплей, фото-косплей, бизнес-акселератор, конгресс-центр, бизнес-потенциал, бизнес-составляющая, конференц-зал, бизнес-инкубатор, интернет-блог, арт-объект, аниме-косплей, аквакультура (*«Цифровой рубль решит сразу пять задач: обеспечит клиенту доступ к его средствам, гарантирует онлайн-расчеты с большой скоростью, а также офлайн-режим оплаты, внедрит инновационные сервисы (при заключении, например, смарт-контрактов) и создаст предпосылки для снижения транзакционных издержек»*) [Вечерний Мурманск].

Употребительны и аббревиатуры. Такие слова компактны по форме и позволяют обеспечить языковую экономию: *«Вице-премьер поручил министерству совместно с регионом подготовить и внести в правительство Российской Федерации проект постановления о создании территории опережающего развития (ТОР) в Мурманской области под проект “Новатэка”. Об этом сегодня сообщило ТАСС»* [Вечерний Мурманск].

Наиболее распространенным оказался суффиксальный способ образования. Используются суффиксы -инг/-ер (дайвинг, руфер, дайвер); -ник/-щик (медийщик); -ация (инновация, долларизация, фермеризация, транзакция); -овец/-ец (юнармейцы, путиновец, евромайдановец) (*«Мои дорогие медийщики! 9 декабря в 18.00 жду всех, кому интересен Instagram. Поговорим о продвижении, об особенностях работы с блогерами и заглянем в рекламный кабинет»*) [Портал Мурманской области «Регион51»].

Префиксальным способом образованы слова: антикафе, донстроить, заграда и др. (*«В Мончегорске провели фестиваль котов “КОТofest” – так антикафе “Арбузный кот” отпраздновало день рождения»*) [Портал Мурманской области «Регион51»].

К неологизмам – заимствованиям из английского языка относятся слова: вай-фай, стимпанк, шоумен и др. («Работники отдела электронных ресурсов предложили оформить одно из помещений в стиле стимпанк (паропанк), – рассказала заместитель директора по информатизации и развитию Мурманской государственной областной универсальной научной библиотеки Ольга Вовк») [Комсомольская правда. Мурманск].

Итак, в текстах региональных СМИ широко употребляются неологизмы из тех сфер человеческой деятельности, которые активно развиваются. Наиболее распространенным типом словообразования неологизмов является словообразовательная деривация.

На втором этапе исследования проведено анкетирование иностранных граждан (студентов и трудовых мигрантов), живущих на территории Мурманской области, в рамках которого установлены: степень понимания респондентами термина «неологизм», умение видеть неологизмы в текстах региональных СМИ и определять их значение, проблемы, возникающие при восприятии неологизмов. Опишем результаты анкетирования трудовых мигрантов – уроженцев Республик Узбекистан и Таджикистан. Условно респонденты были разделены на три группы: молодые люди (18–31 год – 20 человек), люди зрелого возраста (32–40 лет – 18 человек), люди старшего возраста (41 год и старше – 4 человека).

Анкета включала следующие вопросы.

1. Читаете ли Вы российские газеты и журналы? Если да, напишите их названия.

2. Читаете ли Вы региональные газеты/журналы, информацию в региональных интернет-агентствах? Если да, напишите их названия.

3. Встречались ли Вам в статьях незнакомые слова? При ответе «да» приведите примеры незнакомых слов. Как Вы узнаете значение незнакомых слов?

4. Что такое неологизмы?

5. Продолжите, используя варианты ответов:

Копипаст – это: а) копирование, плагиат в интернете; б) вид итальянской пасты; в) дополнительное вознаграждение, премия.

Грумер – это: а) человек, который коллекционирует монеты; б) специалист в экономической сфере; в) специалист по уходу за шерстью домашних животных.

6. Прочитайте фразу и дайте определение выделенному слову: «Когда филармония была закрыта для посетителей из-за пандемии, концерты проходили онлайн» («Вечерний Мурманск», статья «В мурманской филармонии исполняют песни Б. Окуджавы», 02.02.2021)

Пандемия – это _____

7. Как вы понимаете значение выделенного словосочетания: «Мы стараемся искать положительные стороны. Нам удалось “урезать кость” на операционных затратах» («Вечерний Мурманск», статья «Как компания из Петербурга использует искусственный

интеллект, занимаясь нержавеющей сталью», 28.12.2020)

«Урезать косты» – это _____

Рассмотрим результаты анкетирования (в представленных ниже таблицах указаны цифры, обозначающие процент от общего числа опрошенных).

Первый и второй вопросы позволили выявить, насколько активно читают мигранты российские газеты и журналы, как часто используют региональные газеты, журналы, информационные интернет-агентства для того, чтобы узнать новости (табл. 1).

Таблица 1

Мониторинг использования печатных/интернет СМИ

Вопросы № 1, 2	Возрастная группа		
	18–30 лет	31–40 лет	41 год и старше
Чтение российских газет/журналов	2%	2%	2%
Чтение региональных газет/журналов	2%	3%	2%
Чтение новостной ленты региональных интернет-СМИ	48%	43%	9%

Из таблицы 1 видно, что читают российскую прессу лишь 6% респондентов («Аргументы и Факты», «Ведомости», «Голстушка», «За рулем»), 7% опрошенных узнают новости из региональных печатных СМИ (газета «Вечерний Мурманск»). 100% участников анкетирования указали, что активно пользуются новостной лентой региональных информационных интернет-агентств «СеверПост», «БиПорт», «City 51», «Регион51».

Вопрос № 3: «Встречались ли Вам в статьях незнакомые слова?», ответы на который косвенным образом позволяли судить об умении иностранцев видеть неологизмы в текстах региональных СМИ, оставили без внимания 62% опрошенных; 35% ответили, что не акцентируют внимания на незнакомых словах, а усваивают содержание в целом; лишь 3% указали, что значение незнакомых слов узнают в Интернете или у знакомых.

Четвертый вопрос направлен на определение уровня исходных знаний по неологии. 100% респондентов понимают значение термина «неологизм», могут дать его определение.

Выполнение заданий № 5, № 6, № 7 позволило определить, насколько хорошо инофоны знают значение неологизмов, которые могут встретиться в региональных СМИ (табл. 2).

Большинство опрошенных не смогло определить значение неологизмов даже в приведенном контексте. Наиболее успешно справились респонденты с толкованием неологизмов, которые связаны с их деятельностью или находятся на слуху (пандемия, копияст). Значение слов из сфер экономики (урезать косты) и красоты (грумер) знает небольшая часть респондентов.

Мониторинг понимания значения неологизмов

Вопросы № 5, 6, 7	Возрастная группа		
	18–30 лет	31–40 лет	41 год и старше
Понимают значение слова «копипаст»	48%	43%	15%
Понимают значение слова «грумер»	11%	18%	15%
Понимают значение слова «пандемия»	48%	43%	15%
Понимают значение словосочетания «урезать косты»	0%	0%	10%

Результаты анкетирования подтверждают, что иностранные граждане, проживающие в Мурманской области, испытывают трудности при восприятии неологизмов в публикациях региональных СМИ. В связи с этим считаем целесообразным использовать тексты СМИ как средство для создания упражнений по изучению неологизмов. Это не только нивелирует описанные выше проблемы, но и позволяет включать в уроки по РКИ задания, в основе которых лежит актуальный языковой материал, неологизмы, еще не утратившие новизну.

Нами разработаны лексические упражнения, позволяющие формировать у иностранных учащихся знание неологизмов и умение употреблять их в собственной речи. При создании заданий мы опирались на работы лингводидактов и публикации преподавателей-практиков [13, 14, 15]. В качестве материала для языкового анализа использовались фрагменты статей из региональных СМИ, отобранных в ходе исследования. Приведем примеры заданий.

1. Прочитайте текст, выпишите выделенные слова. Составьте с ними вопросы.

*«С учетом эпидемиологической обстановки региональный оперштаб по **коронавирусу** не ввел ограничений на крещенские купания. Сегодня в Мурманске городские власти проведут совещание по вопросу организации праздника на Семеновском озере. На нем будет принято решение – проводить мероприятие или нет. Поводом для беспокойства выступает не только **пандемия** коронавируса, но и небольшая по сравнению с прошлым годом толщина льда на водоеме. Ведь жизнь и здоровье мурманчан превыше всего»* [Вечерний Мурманск].

2. Найдите в тексте однокоренные слова. Подберите к ним синонимы. Дайте определение неологизму *паблик*. Есть ли в вашем родном языке это слово? Совпадает ли его смысл с русским вариантом?

*«Размещенная в **пабликах** информация о закрытии Мурманска является фейком. Об этом губернатор Андрей Чибис сообщил на оперативном совещании в правительстве региона: “Не верьте фейковым новостям. Мурманск никто закрывать не собирается.*

Ограничивать въезд и выезд в город мы не планируем. Несмотря на то что в областном центре такая напряженная обстановка» [Информационное агентство «СеверПост.RU»].

3. Объясните значение выделенного неологизма. Подготовьте словарную статью.

*«На заседании комитета Думы по вопросам миграции и занятости рассматривался законопроект, который устанавливает коэффициент, регулирующий стоимость **патента** для привлечения иностранных работников в регион»* [Вечерний Мурманск].

4. Прочитайте текст. Определите, к какой тематической группе относятся выделенные слова. Дайте их развернутое значение.

*«Костюмы будут оцениваться в девяти номинациях, среди которых **аниме-косплей**, **фэндомный косплей**, танец, вокальное выступление и другие. В группе мероприятия также будет проведен конкурс на лучший **фото-косплей**»* [Мурманский вестник].

Заключение. Русская неологическая лексика раскрывает потенциал русского языка, повышает интерес иностранцев к его изучению. Использование при изучении неологизмов текстов региональных СМИ помогает эффективно подготовить иностранных студентов к общению в языковой среде, нивелировать трудности в восприятии и употреблении новых слов. Работа с региональными текстами способствует также более успешной социально-языковой адаптации иностранных граждан в регионе проживания, более осознанному восприятию особенностей местной культуры, обычаев и традиций, экономики, истории.

Список литературы

1. Фаустова Н.А., Гордеева М.Ю. Общественно-политические неологизмы в практике преподавания русского языка как иностранного // Содержание и технологии образования 2018. № 1. С. 155-167.
2. Алевизаки О.Р., Касперова Л.Т., Славкин В.В. Неологизмы в качественной прессе 2020 года // Новые слова и словари новых слов: сборник научных статей. СПб.: ИЛИ РАН, 2020. С. 22-28.
3. Аушева Т.М., Ажигова Т.М. Неологизмы в современных текстах СМИ // Вестник науки. 2020. № 9 (30). Т. 2. С. 4-7.
4. Намитокова Р.Ю., Нефляшева И.А. Оказиональное слово на газетной полосе: механизмы экспрессивности // Русский язык: исторические судьбы и современность. Материалы международного конгресса исследователей русского языка М.: Изд-во МГУ, 2001. С. 142-143.
5. Токтонов А.Г. Особенности реализации новых слов в газетных текстах разных жанров (на основе корпуса текстов современной русской газеты) // Актуальные проблемы текста:

лингвистическая теория и практика обучения: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Улан-Удэ: Изд-во Бурятского госун-та, 2004. С. 105-107.

6. Дзейтова З.Р. Использование неологизмов в региональных СМИ // Гуманитарный трактат. 2017. № 10. С. 13-15.

7. Котелова Н.З. Первый опыт описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов: монография. Л.: Наука, 1978. 223 с.

8. Мишанкина Н.А. Лексикология русского языка. Русский язык как иностранный: профессиональная сфера общения: учебное пособие. Томск: Изд-во Томского политехнического университета. 2017. 124 с.

9. Руденко О.Ю. Неологизмы и новообразования как показатели активности иноязычности в современном русском языке // Вестник ННГУ. 2011. № 6-2. С. 589-592.

10. Конишевский Д.В. Неологизмы цифровой культуры (активный словарь миллениала). Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. 48 с.

11. Стрижак А.Л. Краткий словарь-справочник «Новые слова и их значения в современных газетных текстах». Гомель: ОДО «Барк», 2012. 201 с.

12. Мельник Ю.А., Штехман Е.А. К вопросу о статусе неологизма в современной лингвистике // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-1. [Электронный ресурс]. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=21100> (дата обращения: 28.01.2022).

13. Горовая И.Г. Неологизмы как объект изучения в аспекте РКИ (продвинутый этап) // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всероссийской научно-методической конференции. Оренбург: Оренбургский государственный университет. 2018. С. 2193-2198.

14. Золотарева М.Н. Неологизмы современного русского языка на уроках РКИ // Современные тенденции развития науки и технологий. 2017. № 3-6. С. 26-28.

15. Шеватлохова Е.Д. Неологизмы как источник обогащения словарного запаса на занятиях по русскому языку на подготовительном отделении // Актуальные проблемы общей и адыгской филологии: материалы III Всероссийской научной конференции. Майкоп: Изд-во АГУ, 2001. С. 205-208.