

УДК 811.161.1.06

DOI 10.52452/19931778\_2023\_3\_173

## К ВОПРОСУ О СЕМАНТИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ ГАЗЕТИЗМОВ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ

© 2023 г.

*Н.О. Кристиано*Национальный исследовательский  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Н. Новгород

nicola.cristiano@gmail.com

*Поступила в редакцию 17.04.2023*

На материале текстов различной тематики из представительных всероссийских газет и Национального корпуса русского языка рассматриваются газетизмы – лексические единицы, используемые преимущественно в газетно-публицистической речи, обладающие определённой частотностью, имеющие эмоционально-экспрессивную оценку. На основании анализа семантических характеристик газетизмов разрабатывается распределение на 16 лексико-тематических групп («Политика», «Общество», «Люди/Отношения», «Характеристика/Оценка», «Коммуникация», «Экономика», «Власть/Управление», «Здоровье», «Технологии», «Идеология», «Творчество/Искусство», «Время», «География», «Объекты/Инфраструктура», «Вещество», «Спорт»). Замечается, что наиболее частотные тематические группы – это «Политика» и «Общество». Это отражает преобладание общественно-политической тематики в современных российских СМИ.

*Ключевые слова:* газетизм, семантическая классификация, СМИ, лексико-тематическая группа, лексико-семантическая группа.

### Введение

Средства массовой информации играют весьма значимую роль в жизни современного общества, в развитии, воспитании и просвещении аудитории. Публицистические произведения существенно влияют на формирование мировоззрения, коллективного восприятия фактов, событий, явлений. В современных текстах отражена не только совокупность авторских идей, взгляд журналиста на происходящие события, его видение ситуации, но и определённый набор языковых средств, используемых автором для языкового оформления личной позиции. Современные СМИ трансформируются, уходят от печатного, бумажного формата, становятся сетевыми изданиями. Соответственно меняется и язык средств массовой коммуникации: он становится более динамичным, экспрессивным, приближенным к разговорной речи.

Российская пресса оперативно реагирует на все инновационные процессы и социальные перемены, происходящие в обществе, при этом изменения происходят как на содержательном, так и на языковом уровне. Анализ языка современной прессы свидетельствует о значимом присутствии в ней не только новостных, информационных, но и аналитических, критических и пропагандистских материалов. Усиливается воздействующая функция публицистического текста. Следовательно, увеличивается доля оценочной и экспрессивной лексики, в том числе и газетизмов. В целом экспрессивные ре-

сурсы языка современных СМИ характеризуются широким разнообразием и новизной, при этом, как отмечают многие исследователи, преобладает негативная оценочность.

Меняются типичные для газетно-публицистического стиля слова и выражения, которые принято называть газетизмами. Выходят из активного словоупотребления одни газетизмы, появляется целый пласт новых. Анализируя данный процесс, можно прийти к выводу о динамике развития публицистического языка и литературного языка в целом. Изучение функционирования газетизмов имеет большое значение для описания современного состояния языка и углубленного изучения происходящих в нем процессов.

Для анализа в целях нашего исследования был выбран период 2000–2020 гг. Выбор данного промежутка времени объясняется тем, что в 2000-х годах произошли существенные перемены в политической, экономической, социальной, информационной сферах. Началась эпоха цифровизации, и СМИ активно включились в данный процесс. В связи с чем происходят активные изменения в языке прессы.

Источниками материала данной работы послужили тексты различной тематики из представительных всероссийских газет (бумажных и интернет-версий) за 2019–2020 гг.: «Аргументы и факты», «Ведомости», «Известия», «Комсомольская правда», «Коммерсантъ», «Московский комсомолец», «Независимая газета», «Новая газета», «РБК-дейли», «Российская газета»,

«Труд-7». Сплошная выборка примеров была взята также из Национального корпуса русского языка за период 2000–2019 гг.

### О понятии газетизма

В отечественной лингвистике термином «газетизм» принято обозначать лексические единицы, характерные для газетной речи. Рассмотрим существующие определения данного термина. В «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» газетизм определяется как «группа слов и выражений, составляющих характерную принадлежность газетно-публицистической речи и выделяемых некоторыми толковыми словарями с пометами *газ.*, *журн.*, *публ.*» [1]. Например, в Толковом словаре русского языка под ред. проф. Д.Н. Ушакова выделено 224 газетизма, в том числе *агентура*, *акробаты благотворительности*, *активизация*, *акулы пера*, *болезнь левизны*, *вандал*, *жуanel*, *зубр*, *кликлуша*, *плутократ* и др.

Тематический состав газетизмов достаточно разнообразен, к ним относятся общественно-политическая, официально-деловая, спортивная, военная и др. лексика. Данная группа неоднородна и по отношению к функциональным стилям, так как включает разговорные, просторечные, одобрительные, неодобрительные слова. Встречаются среди газетизмов устаревшие лексические единицы, слова с ограниченной сферой употребления.

Составитель словарной статьи о газетизмах Г.Я. Солганик указывает, что все газетизмы, несмотря на семантические и стилистические различия, имеют общую черту: социально-оценочную окраску, объясняющую восприятие этих единиц как газетных, публицистических. Эти слова и выражения, даже являясь малоупотребительными, наиболее типичны для языка газеты, ярко передают идею статьи, установку, которую пропагандирует автор. Таким образом газетизмы реализуют одну из значимых функций публицистики – функцию воздействия.

Газетизмы многими исследователями считаются специфической принадлежностью именно газетно-публицистического стиля, т.е. они используются прежде всего в газете и обладают газетно-публицистической и функционально-стилевой окраской. Газетизмы являются лексикой концептуальной, «строевой» для газеты. Чаще всего они относятся к общественно-политической сфере, обладают оценочностью. С течением времени газетизмы устаревают, появляются новые, однако сам этот лексический слой остается константной принадлежностью газетно-публицистического словаря.

Составители учебного пособия по стилистике русского языка М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский пишут о том, что «при всей незамкнутости газетного стиля все-таки можно говорить о существовании определенного круга языковых газетизмов» [2, с. 353].

С точки зрения исследователей, газетизмы – это характерные для газетной речи языковые средства с учетом их значений и функций [2, с. 350]. Газетизмы широко употребляются именно в этой сфере и в то же время, по мнению ученых, «мало или почти не употребительны в других речевых сферах» [2, с. 350]. Данные языковые явления и единицы обязательно несут на себе печать «газетности». Важная черта газетизмов – оценочность. Они могут иметь либо положительную окрашенность (*политический плюрализм*, *гражданское согласие*, *консолидация*) либо ярко негативную (*показуха*, *плутократия*, *экстремистский*, *коррупция* и др.).

Некоторые разряды слов типичны для газеты, например, в статьях часто можно встретить общественно-политическую терминологию: *выборы*, *инаугурация*, *предвыборная борьба*, *праймериз*, *реформы*, *гражданское общество*, *омбудсмен*, *импичмент*, *электорат* и т.д. Также к газетизмам можно отнести специальную газетную профессиональную лексику (*интервью*, *корреспонденция*, *нюсмейкер*, *репортаж*, *брифинг* и т.д.).

М.Н. Кожина отмечает высокую частотность в текстах газет иноязычных заимствований и интернационализмов. В силу этого она справедливо считает, что эти лексические единицы (с учетом их значений) могут быть отнесены к газетизмам и – шире – к публицистической речи (например, *либералы*, *олигарх*, *экстремизм*, *терроризм*, *агрессия*, *акция*, *дискриминация* и т.п.) [2, с. 351].

Г.Я. Солганик считает общественно-политическую лексику «своеобразной терминологией газеты» [3, с. 66]. В разные периоды существования общества она включает различные лексические единицы. Так, в период «перестройки» наиболее частотны были слова *гласность*, *ускорение*, *демократизация*, *рыночная экономика*, *консенсус*, *разрядка* и др. В 2000-х годах популярность приобрели газетизмы *многополярный мир*, *раунд переговоров*, *инклюзивный диалог*, *старт избирательной кампании*, *духовные скрепы*, а также негативно окрашенные единицы – *белоленточники*, *навальнята* (сторонники Навального), *пропагандон* (обычно провластный пропагандист), *иноагенты*, *политический авантюризм*, *политический банкрот* и т.д.

Известный российский лингвист Н.А. Купина предлагает следующее определение газетиз-

мов: это «часть ресурсов публицистического стиля, объемная и постоянно обновляющаяся», «слова, несущие на себе отпечаток публичной речи и характеризующиеся той или иной оценочной семой» [4, с. 207]. Исследователь утверждает, что даже за пределами публицистики газетизмы сохраняют свою связь с исконной сферой бытования. К газетизмам Н.А. Купина относит обозначения различных политических, экономических, культурных реалий, которые приобрели широкое распространение именно с помощью СМИ: *феминизм, тренд, толерантность, государство-сателлит, политический суверенитет* и др.

Газетизмы отличаются оценочностью. Ряд газетизмов отличается эмоциональной возвышенностью, приподнятостью (*ценности, возмездие, сподвижники, шествие, пассионарии* и др.), другие, напротив, отличаются сниженностью, разговорной интонацией (*зомбировать, псевдодемократ, русофобия* и т.д.). В последнее время в газетных статьях нередко появляются просторечные и даже вульгарные газетизмы (*совок, совковый, пофигизм, хайп* и др.).

### Принципы классификации газетизмов

Поскольку в настоящее время разработанных классификаций газетизмов не существует, при анализе данной языковой группы будем исходить из принципов имеющихся классификаций лексики.

Газетизмы, как и другую лексику, можно классифицировать по различным основаниям. Прежде всего при анализе лексических единиц обращают внимание на семантическую характеристику слов. Газетизмы можно разделить на тематические классы, т.е. «такие наборы слов, которые связаны единой темой и сходством обозначаемых понятий» [5, с. 12]. Можно выделить, например, следующие тематические группы:

– общественно-политическую лексику: *политический авантюризм, сепаратизм, агрессия, аннексия, аполитизм, политическая борьба* и т.д.;

– экономические понятия: *реформы, деловая активность, банковская система, ипотека, открытая экономика, невидимая рука рынка* и т.д.;

– право, юридические понятия: *авторское право, административно-командная система, в соответствии с законом, гарант Конституции* и др.;

– военная, армейская тематика: *краповые берет, политическая блокада, холодная война, боевой дух* и т.п.;

– слова и выражения на спортивную тематику: *атака на ворота хозяев поля, размочить счет, выиграть всухую, идти ноздря в ноздю* и др.;

– культура и искусство: *раскрутить, распиарить, пиарщик, черный пиар, бестселлер, биеннале, бульварщина*;

– здоровье: *вакцинация, самоизоляция, коронавирусная инфекция, социальная дистанция, веганство* и др.;

– качества: *агрессивная (политика), брутальный (мачо), бархатная (революция), бездуховный, беспримерный (подвиг)* и др.

Семантическая характеристика слова является главной для него, однако она не исчерпывает всех его признаков. Также газетизмы могут быть охарактеризованы «по признакам социолингвистического характера» [6, с. 135]. К таким признакам относятся происхождение слова, актуальность его употребления, связь лексической единицы с определенными социальными группами, его соотнесенность с функциональными стилями.

В указанных признаках выразительно проявляется связь единиц публицистического стиля с обществом, с его историей, социальной структурой, речевой деятельностью носителей языка. Классифицируя газетизмы в соответствии с данными характеристиками, можно выявить группы, определенным образом соотнесенные с общей структурой лексико-семантической системы русского языка.

Как известно, существует два основных пути развития лексики: «1) существование и постоянное пополнение слов исконных; 2) заимствование слов из других языков» [5, с. 163]. Среди газетизмов достаточно много слов исконных, которые стали единицами публицистического стиля в результате развития семантики, образования переносных значений. Например, слово *бить* в публицистических текстах получило следующее расширение семантики: *бить по бюджету, бить по экономике, бить на жалость, бить в одну точку, бить по больному, бить по карману* и др. Аналогичная ситуация с исконным глаголом *внести*, у которого в газетных текстах появляется много семантических оттенков: *внести беспорядок, внести диссонанс, внести коррективы, внести лепту, внести оживление, внести разлад, внести ясность* и т.п.

Приведем другие примеры исконных газетизмов:

– вода: *седьмая вода на киселе, много воды утекло, мутить воду, лить воду на мельницу врага, как рыба в воде* и др.;

– люди: *люди науки, люди нелегкой профессии, люди доброй воли, выбиться в люди* и др.;

– лодка: *раскачивать лодку*;

– лицо: *искать свое лицо, показать свое истинное лицо, потерять лицо, лицо молодежи, лицо эпохи, бросать обвинения в лицо, в лице*

(кого-либо), лицом к лицу, перед лицом (чего-либо), сохранить лицо и т.д.

Отметим, что в современных СМИ значительная часть газетизмов является заимствованной, чаще всего из английского языка, а также из других европейских языков. Приведем некоторые примеры: *лоббировать* (чьи-либо интересы), *хайп* (*хайпануть*), (*нефтяной*) *магнат*, *олигарх*, *мартиролог*, *мафиози*, (*общественный*) *резонанс*, *рейтинг*, *репутация* и др. Причинами заимствования являются как лингвистические (собственно языковые), так и экстралингвистические (неязыковые) факторы. К последним необходимо отнести активные связи российского государства с другими народами, внутрисоциальное развитие общества, прогресс науки и техники. Вместе с заимствованием реалии (предмета, явления, понятия) заимствуется и слово. Описанный процесс поддерживается тенденцией к созданию международных терминов, единых наименований.

Экзотизмы также могут стать частотной единицей публицистического стиля: *бундестаг*, *меджлис*, *клерк*, *ксендз*, *доллар*, *евро* и т.д. Другой разновидностью иноязычных заимствований являются варваризмы – «слова, не полностью освоенные (или вовсе не освоенные) заимствующим языком из-за особенностей фонетического и грамматического свойства» [5, с. 186]. В публицистических текстах достаточно часто встречаются такие слова, как *хобби*, *уикэнд*, *реюме*, *априори*, *истеблишмент*, *имидж* и т.д.

Появление новых единиц или изменение лексического значения функционирующих в качестве газетизмов связано, прежде всего, со стремлением носителей русского языка пополнить, расширить, углубить представление о предмете, разграничить смысловые и функциональные оттенки. Словосочетания часто заменяются однословной заимствованной номинацией: *круиз* вместо «путешествие на пароходе», *реставрация* вместо «восстановление произведения искусства», *мотель* вместо «гостиница для автотуристов», *менеджер* вместо «специалист по управлению».

Следующее основание классификации газетизмов – характер функционирования слов, сфера их распространения. В соответствии с этим выделяют лексику общеупотребительную и лексику ограниченного употребления. Общеупотребительные слова используются свободно, не ограничено. Они могут называть различные понятия общественно-политической жизни, экономические понятия, бытовые явления, события культурной жизни и т.д. Например, к широко известным и распространенным газетизмам можно отнести слова *миллионер*, *оли-*

*гарх*, *партнер*, *патриот*, *перестройка* и др., сочетания – *дать оценку*, *домашний очаг*, *долгая песня*, *плести интриги* и др.

К группе ограниченного употребления относится специальная, профессионально-терминологическая, жаргонно-арготическая лексика. К специальным или профессиональным газетизмам можно причислить слова и выражения: *Пушкинская плеяда поэтов*, *политика наибольшего благоприятствования*, *нейтральная полоса*, *кризис среднего возраста* и др. Активно пополняются газетизмы за счет жаргона и арго: *абьюзер*, *стримить*, *стример*, *мем*, *забанить*, *движ*, *лайкать*, *нагнуть*, *бабло*, *шмон*, *стукач* и др.

Газетизмы можно классифицировать по стилевой принадлежности и экспрессивно-стилистической характеристике.

Выделяют книжные и разговорные (просторечные) газетизмы.

Книжная лексика встречается преимущественно в письменной речи. Она соответствует нормированной литературной речи и включает все научные, общественно-политические и др. термины. К книжным газетизмам можно отнести следующие слова и выражения: *вся королевская рать*, *гальванизировать* (деятельность), *глобальная политика*, *голубь мира*, *когорта бойцов*, *колосс на глиняных ногах*, *грядущий*, *созидать*, *подвижник*, *шествие* и т.д.

Употребление разговорных газетизмов придает речи непринужденный, разговорный оттенок. Кроме того, часто единицы разговорно-бытовой лексики, называя что-либо, дают также и определенную оценку называемого. Приведем примеры разговорных газетизмов: *козел отпущения*, *море по колено*, *быть под колпаком*, *свести концы с концами*, *перемывать косточки*, *крошечный ад*, *на вес золота* и др.

Практически все газетизмы имеют определенную оценочность. В газетных статьях используются положительно окрашенные газетизмы (*виртуоз*, *боевой дух*, *герой нашего времени*, *остаться в веках*, *вершина искусства*, *радовать глаз* и др.) и негативно окрашенные (*блеф*, *бутафория*, *вакханалия*, *верноподданничество*, *учинить массовую бойню*, *вертеться как уж на сковороде* и др.). Оценочные газетизмы позволяют журналисту ярко и выразительно показать свое отношение к описываемым явлениям, фактам, предметам, лицам, «заразить» этим отношением аудиторию издания.

Газетизмы можно охарактеризовать с точки зрения активного и пассивного словарного запаса. Это очень подвижный пласт языка, изменения и пополнения которого очень заметны. Одни газетизмы используются активно и часто, они понятны большинству населения. Другие постепен-

но утрачиваются, переходят в разряд историзмов и архаизмов, забываются вместе с уходом из жизни общества определенной реалии.

К газетизмам активного словарного запаса можно отнести: *нанести ущерб, погода в доме, атмосфера доверия, политический багаж, духовные скрепы* и др. Вышли из употребления многие газетизмы советского периода: *стахановское движение, враги народа, классовая борьба, битва за урожай, царица полей* (о кукурузе), *социалистическое соревнование, повышенные обязательства, передовик производства, союз рабочих и крестьян* и др. Также в пассивный запас переходят некоторые слова перестроечного времени: *гласность, ускорение*. Устаревшие газетизмы используются в научно-исторических работах и статьях, иногда в текстах на современную тематику – с целью создания юмористического эффекта, иронии, сарказма.

Газетизмы, как лексические единицы, имеют определенные грамматические характеристики. Таким образом, их также можно классифицировать по тому, какой частью речи они выражены, какую синтаксическую позицию занимают.

Таким образом, газетизмы можно классифицировать по тем же принципам, что и всю лексику русского языка: по принадлежности к тематическим группам (общественно-политические, экономические, спортивные, термины искусства, военного дела и т.д.), по происхождению (исконно русские и заимствованные), по сфере употребления (общеупотребительные и ограниченного употребления), по стилистической характеристике и оценочности (нейтральные, книжные и разговорные; негативно окрашенные и позитивно окрашенные), по степени употребительности (активного и пассивного словарного запаса), по грамматическим признакам.

### Смысловые группы и подгруппы

Важное качество языка – его системность, которая выявляется в совокупности элементов, связанных определенными отношениями. Лексика русского языка также представляет собой систему. Все лексические единицы представляют собой совокупность взаимосвязанных отношений, которые можно представить в двух аспектах: парадигматическом и синтагматическом. Исходя из этого, выделяются различные смысловые группы с разнообразными видами отношений. Таким образом принято различать лексико-семантические и тематические группы лексики.

В.И. Кодухов определяет лексико-семантическую группу (далее – ЛСГ) как группу слов, «объединенную по их лексическим значениям с

точки зрения однородности, однопорядковости или просто близости их значений» [7, с. 178].

Единой точки зрения на понятия «тематическая группа лексики» и «лексико-тематическая группа» (далее – ЛТГ) не существует. В своей работе мы опирались на определение Н.Ф. Алефиренко: «тематическая группа – совокупность слов разных частей речи по их сопряженности с одной темой на основе экстралингвистических параметров» [8, с. 119].

Не все лингвисты согласны с тем, что понятия тематические и лексико-семантические группы различны. Так, В.И. Кодухов, к примеру, не разделял эти термины.

Ф.П. Филин, рассматривая понятия «тематическая» и «лексико-семантическая» группы, также не проводит между ними четких границ. Указывал, что очень важно обращать внимание на те признаки, которые объединяют слова в классификационные группы. Понятие «тематическая группа», по его мнению, шире, чем «лексико-семантическая группа». В тематическую группу, с точки зрения лингвиста, могут входить «более мелкие, но тесно спаянные между собой лексико-семантические группы слов» [9, с. 132].

Мы разделяем точку зрения Ф.П. Филина, который считает, что в тематических группах отношения между словами основываются только на внешних отношениях между понятиями, при этом данные слова могут объединяться или разделяться по различным классификационным характеристикам. Критерии выделения тематических групп касаются экстралингвистических факторов, т.е. различных реалий действительности. Появление лексико-семантических групп обусловлено историческим развитием русского языка, составляющие данных групп нельзя произвольно классифицировать, так как в таком случае разрушаются существующие между ними отношения. Ученый считал важнейшими видами семантических связей в ЛСГ синонимические и антонимические отношения [9, с. 123–124]. Кроме того, в тематических группах обычно наблюдается наличие родовых и видовых понятий. Отметим также, что в тематические группы включаются слова с переносными значениями, случаи образного употребления (в отличие от терминологических групп).

### Тематические группы

Выделяя тематические группы, мы основывались на определении данного понятия: совокупность слов, относящихся к разным частям речи, однако объединенных одной общей, чаще всего абстрактной категорией, которая соотносится с логико-понятийными характеристиками предметов, связей и отношений в реальном мире.

Анализируя выделенные газетизмы (400 единиц), мы распределили их на 16 лексико-тематических групп: «Политика», «Общество», «Люди/Отношения», «Характеристика/Оценка», «Коммуникация», «Экономика», «Власть/ Управление», «Здоровье», «Технологии», «Идеология», «Творчество/Искусство», «Время», «География», «Объекты/Инфраструктура», «Вещество», «Спорт». Критериями распределения слов в указанные группы послужили категориально-видовые отношения предметов и явлений действительности, которые обозначают газетизмы. При этом мы использовали традиционную классификацию по сферам деятельности человека (политика, экономика, идеология, спорт, искусство и т.д.), которые имеют отражение в газетном корпусе.

Рассмотрим наиболее многочисленные тематические группы газетизмов и некоторые их составляющие.

Наиболее многочисленная ЛТГ «Политика» (101 единица, 25.25% от общего количества), что вполне объяснимо, так как газеты в первую очередь являются источниками общественно-политической информации. Посредством газет осуществляются определенные политические стратегии, в них публикуется политическая пропаганда, политическая аналитика, новости внешней и внутренней политики, интервью с политиками и т.д. В перечисленных материалах в большом количестве встречается политическая лексика.

Большую группу политических газетизмов составляют лексико-семантические группы более узкой направленности. Например, ЛСГ «Политические силы и партии» (*активист, голубые каски, либерал, оппозиция, политическая сила* и др.), «Политические объединения и союзы» (*альянс, коалиция*), «Политические акции и деятельность» (*атака, бесчинства, блокировать, бойкот, гонения, давление, дестабилизация, интервенция* и др.), «События в сфере политики» (*бархатная революция, гибридная война, холодная война, цветная революция* и др.), «Внешняя политика» (*внешнеполитические приоритеты, двойные стандарты, дружеские государства, международная обстановка, международный опыт, мирные переговоры, мирный диалог, недружественный, нейтралитет, санкции, санкционная война* и др.), «Внутренняя политика» (*военное положение, мера, охота на ведьм* и др.), «Выборы» (*голоса избирателей, избирательная инженерия, отдать свой голос* и др.).

ЛТГ «Общество» – одна из наиболее многочисленных, в нее вошло 55 газетизмов (13.75% от всего количества выделенных единиц). Общая семантика единиц, составивших данную

ЛТГ, объединяется категорией ‘человеческая общность, социум, система социальных структур, функций и связей’, в которой реализуются формы объединения людей, сложившиеся в процессе их взаимодействия. В данную группу мы включили газетизмы, обозначающие определенное состояние общества (*атмосфера, барьеры, беспредел* и др.), результаты каких-либо действий, отражающиеся на большом количестве людей (*wow-эффект, абсолютный рекорд* и др.), обозначения разнообразного взаимодействия с социумом (*брать в свои руки, бросаться на амбразуру, бросить вызов, бросить тень, внести вклад, вывести на какой-либо уровень, вызвать возмущение, вызвать интерес, вызвать недовольство* и др.).

Отношения между людьми всегда волновали журналистов. В ЛТГ «Люди, отношения» мы включили газетизмы с общей категорией ‘различные формы взаимодействия между людьми, социальные связи’. Это также достаточно обширная группа (54 единицы, 13.5%). Она включает в себя оценочные номинации персоналий (*авторитет, лидер, миллениал, старожил, труженик* и т.д.), обозначения психологических и физиологических отношений между людьми (*буллинг, домашнее насилие, харассмент, хейтинг* и т.д.), обозначения эмоциональных реакций людей (*дань уважения, дистанцироваться, истерика, паника, хлопнуть дверью* и др.).

В выделенном массиве газетизмов ЛТГ «Характеристика, оценка» достаточно обширная, она включает 42 единицы (10.5% всех газетизмов). Мы включили в нее лексемы с общей семантикой характерных, отличительных качеств, черт предметов, явлений, процессов, действий и т.д., а также со значением оценки кого-либо или чего-либо.

В ЛТГ «Коммуникация» мы включили 38 лексических единиц (9.5%), которые имеют отношение к средствам массовой информации (*агитка, брифинг, горячая линия, желтая пресса, официальный комментарий* и др.), общению между отдельными людьми или группами людей (*дискуссия, круглый стол*), действиям, связанным с коммуникацией (*афишировать, контактировать, поднять вопрос, подчеркнуть, предавать огласке, предавать широкой гласности* и др.).

Экономика является важнейшей сферой жизни любого государства, поэтому статьи, касающиеся экономического положения, встречаются в каждом крупном СМИ. В ЛТГ «Экономика» мы включили 35 газетизмов (8.75%), имеющих отношение к хозяйственной деятельности общества, системам производства, распределению, потреблению.

Практически любое издание публикует новостные либо аналитические статьи о прави-

Лексико-тематические группы газетизмов



Рис. Лексико-тематические группы газетизмов

тельстве, проблемах управления, поэтому в газетном языке частотны газетизмы, обозначающие представителей власти либо процесс управления государством. Всего в ЛТГ «Власть, управление» мы включили 17 лексических единиц (4,25%).

В ЛТГ «Здоровье» мы включили 16 лексических единиц (4%). В 2020–2021 гг. в связи с пандемией ЛТГ «Здоровье» значительно расширилась за счет новых слов (*Covid-диссидент*, *Covid-отрицатель*, *антипрививочник*, *вакционный туризм* и др.). С другой стороны, уже известные слова получили новое значение (либо оттенки значения), приобрели высокую частотность – *изоляция*, *карантин*, *локдаун*, *самоизоляция* и др.

С развитием компьютерных и информационных технологий в русский язык проникло огромное количество неологизмов. Отметим, что процесс обновления данного пласта лексики происходит регулярно, так как с каждым годом возникают все новые и новые реалии. Активно используют «технологическую» лексику журналисты.

Всего в ЛТГ «Технологии» в соответствии с критериями нашего отбора были включены 10 слов (2,5%).

Отразим полученное соотношение на диаграмме (рисунок).

### Заключение

Таким образом, семантический анализ выделенных газетизмов показал, что наиболее частотные тематические группы, которые они об-

разуют, – это «Политика» (25,25%), например *избирательная инженерия*, *интервенция*, *кампания*, *клика*, *коалиция*; «Общество» (13,75%), например *вызвать интерес*, *вызвать недовольство*, *гражданское общество*, *дать старт*; «Люди, отношения» (13,50%), например *второе дыхание*, *голос разума*, *горькая правда*, *горький опыт*. Это связано с общественно-политической направленностью изданий-источников. Однако данными ЛТГ диапазон тематики газетизмов не ограничивается, он охватывает практически все сферы человеческой деятельности.

### Список литературы

1. Алексеева Л.М., Аннушкин В.И., Баженова Е.А. и др. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной [и др.]. 4-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2019. 695 с.
2. Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А. Стилистика русского языка. М.: Флинта: Наука, 2008. 463 с.
3. Солганик Г.Я. Практическая стилистика русского языка. 4-е изд., стер. М.: Академия, 2010. 298 с.
4. Купина Н.А., Матвеева Т.В. Стилистика современного русского языка. М.: Юрайт, 2013. 415 с.
5. Фомина М.И. Современный русский язык. Лексикология. 4-е изд., испр. М.: Высш. шк., 2003. 415 с.
6. Кузнецова Э.В. Лексикология русского языка. 2-е изд., испр. и доп. М.: Высш. шк., 1989. 216 с.
7. Кодухов В.И. Введение в языкознание. М.: Просвещение, 1987. 288 с.
8. Алефиренко Н.Ф. Теория языка. Вводный курс. М.: Академия, 2010. 384 с.
9. Филин Ф.П. Очерки по теории языкознания: избранные труды: к 100-летию со дня рождения / Науч. ред. Г.А. Богатова. М.: Бослен, 2008. 415 с.

## ABOUT THE SEMANTIC CLASSIFICATION OF GAZETISMS IN MODERN RUSSIAN MEDIA

N.O. Kristiano

On the material of texts of various subjects from important all-Russian newspapers and the National Corpus of the Russian Language, gazetisms are studied – lexical units used mainly in newspaper and journalistic discourse, which show a certain frequency and an emotionally expressive assessment. Based on the analysis of the semantic characteristics of

gazetisms, a classification in 16 lexical-thematic groups has been done (Politics, Society, People/Relationships, Characterization/Evaluation, Communication, Economics, Power/Management, Health, Technology, Ideology, Creativity/Art, Time, Geography, Objects /Infrastructure, Substance, Sports). It is noted that the most frequent thematic groups are Politics and Society, which reflects the predominance of socio-political topics in modern Russian media.

*Keywords:* gazetizm, semantic classification, mass media, lexical-thematic group, lexical-semantic group.

#### *References*

1. Alekseeva L.M., Annushkin V.I., Bazhenova E.A. et al. Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language / Edited by M.N. Kozhina [et al.]. 4th ed., ster. M.: Flint, 2019. 695 p.
2. Kozhina M.N., Duskaeva L.R., Salimovsky V.A. Stylistics of the Russian language. M.: Flint: Science, 2008. 463 p.
3. Solganik G.Ya. Practical stylistics of the Russian language. 4th ed., ster. M.: Academy, 2010. 298 p.
4. Kupina N.A., Matveeva T.V. Stylistics of the modern Russian language. M.: Yurayt, 2013. 415 p.
5. Fomina M.I. Modern Russian language. Lexicology. 4th ed., cor. M.: Higher School, 2003. 415 p.
6. Kuznetsova E.V. Lexicology of the Russian language. 2nd ed., corrected and expanded. M.: Higher School, 1989. 216 p.
7. Kodukhov V.I. Introduction to linguistics. M.: Education, 1987. 288 p.
8. Alefirenko N.F. Theory of language. Introductory course. M.: Academy, 2010. 384 p.
9. Filin F.P. Essays on the theory of linguistics: selected works: to the 100th anniversary of his birth / Scientific ed. G.A. Bogatov. M.: Boslen, 2008. 415 p.