

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет
Кафедра прикладной лингвистики

ЧЖОУ ИЯН

ФЕМИНИТИВЫ-НЕОЛОГИЗМЫ
В ТЕКСТАХ МАССМЕДИА

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
к.ф.н., доцент кафедры
прикладной лингвистики
Семирская Т. В.

Минск, 2021

ЧЖОУ ИЯН
ФЕМИНИТИВЫ-НЕОЛОГИЗМЫ
В ТЕКСТАХ МАССМЕДИА

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из реферата, введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и двух приложений. Объем дипломной работы составляет 50 страниц. Список использованной литературы включает 25 источников.

Актуальность исследования обусловлена характерным для интернет-коммуникации XXI века активным использованием феминитивов, которое свидетельствует о возрастающей роли женщин во всех сферах жизни социума.

Ключевые слова: ФЕМИНИТИВ, НЕОЛОГИЗМ, СПОСОБЫ ДЕРИВАЦИИ, МАССМЕДИА

Объект исследования: феминитивы, используемые в текстах массмедиа.

Предмет исследования: словообразовательные, семантические и функциональные характеристики феминитивов-неологизмов, используемых в текстах массмедиа.

Цель исследования: выявить словообразовательные и семантические характеристики, а также особенности функционирования феминитивов-неологизмов, используемых в текстах массмедиа.

Методы исследования: описательный метод, метод контекстуального анализа, метод количественных подсчетов.

Научная новизна: феминитивы-неологизмы, используемые в текстах массмедиа, ранее не становились объектом специального исследования.

Практическая значимость исследования и область применения: результаты дипломной работы могут найти применение в практике преподавания русского языка как иностранного, а также в курсах словообразования и лингвистики текста.

Настоящая работа является **самостоятельным** исследованием, достоверность результатов которого подтверждается научно обоснованной методикой исследования.

ZHOU YIYANG
FEMINITIVES-NEOLOGISMS IN THE TEXTS OF THE MASS MEDIA

SUMMARY

Thesis consists of an abstract, introduction, two chapters, conclusion, bibliography and two appendices. The volume of the thesis is 50 pages. The list of used literature includes 25 sources.

The relevance of the study is due to the active use of femininitives characteristic of Internet communication in the 21st century, which indicates the increasing role of women in all spheres of society.

Key words: FEMINITIVE, NEOLOGISM, METHODS OF DERIVATION, MASSMEDIA

Research object: femininitives used in mass media texts.

Subject of research: derivational, semantic and functional characteristics of feminitive-neologisms used in mass media texts.

Purpose of the study: to identify derivational and semantic characteristics, as well as the features of the functioning of femininitives-neologisms used in mass media texts

Research methods: descriptive method, contextual analysis method, quantitative calculation method.

Scientific novelty: femininitives-neologisms used in mass media texts have not previously become an object of special research.

The practical significance of the research and the field of application: the results of the thesis can find application in the practice of teaching Russian as a foreign language, as well as in word formation and text linguistics courses.

This work is an independent study, the reliability of the results of which is confirmed by a scientifically based research methodology.