

8. *Barnston, Maj. W. Letters from the Crimea and India / Maj. W. Barnston. – Whitchurch, Shropshire : Herald Printers ltd., 1998. – 270 p.*
9. *Некрасова, М. Ю. Способы передачи топонимов Крыма в личной переписке английских офицеров (период Крымской войны 1853–1855 гг.) / М. Ю. Некрасова // Проблемы теории, практики и дидактики перевода: сб. науч. тр. – Н. Новгород : НГЛУ, 2017. – Вып. 20, т. I. – С. 143–149.*
10. *Eyewitness in the Crimea: the Crimean War Letters of Lt. Col. George Frederick Dallas, 1854–1856 / ed. by M. H. Mawson. – London : Greenhill Books, 2001. – 320 p.*
11. *Stephenson, Sir F. At Home and on the Battlefield. Letters from the Crimea, China, and Egypt, 1854–1855 / Sir F. Stephenson. – London, 1915. – 383 p.*
12. *Hodge, E. C. Little Hodge: Being Extracts from the diaries and letters of Colonel Edward Cooper Hodge written during the Crimean War, 1854–1856 / E. C. Hodge ; ed. by G. Ch. Anglesey. – London : Cooper, 1971. – 166 p.*

А. Б. Окаева

г. Минск, Беларусь

РОЛЬ НОВООБРАЗОВАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Известно, что на сегодняшний день язык СМИ является наиболее быстро реагирующей на все социально значимые явления и события частью языковой системы. На протяжении многих лет тексты массовой информации выступают в качестве одной из самых распространенных форм современного функционирования языка, а их совокупная протяженность намного превышает общий объем речи в прочих сферах человеческой деятельности. При этом корпус текстов, ежедневно производимых и передаваемых по разнообразным каналам СМИ, продолжает постоянно увеличиваться. Росту общего числа текстов и появлению в них большого количества лексических новообразований, функционирующих в мировом информационном пространстве, способствует как распространение сетевых версий печатных изданий, так и стремительное развитие и распространение социальных сетей.

Не вызывает сомнения тот факт, что лексический компонент современного медийного текста представляет особый интерес для исследователя, поскольку именно в нем возникают обозначения для новых явлений и получают вторую жизнь лексические единицы, которые давно существуют в языке. Некоторые лексические единицы переходят в разряд менее используемых, иногда полностью выходят из употребления, в то время как другие появляются, начинают активно использоваться носителями языка или/и получают новые значения. Лексический запас языка может обогащаться разными путями. Однако анализ англоязычного медийного пространства позволяет сделать вывод о том, что основным источником пополнения словарного состава является не заимствование, а образование новых лексических единиц на базе родного языка путем использования различных

способов словообразования. Слова и словосочетания, созданные для обозначения новых предметов, понятий и явлений, оказывают существенное влияние на англоязычную медийную среду, а, по мнению некоторых исследователей, способствуют своеобразному «неологическому буму» в языке.

Например, стремительные политические, экономические и технологические изменения, которые происходят во многих странах мира, очень быстро находят свое отражение в словаре медийного текста. Рассмотрим ряд заголовков статей британской и американской прессы за 1999–2017 гг.:

Donald's trumpety. He only has money to add to the US race («The Guardian», October 1999).

Trump, Trumped, Trumpery («The Huffington Post», January 2017).

ObamaCare survives the Supreme Court: 5 takeaways («The Week», June 2012).

The 'selfie' is dead. Introducing the 'dronie' («The Telegraph», July 2014).

FACEBOOK, YOUTUBE, TWITTER AND MICROSOFT reach EU agreement to block hate speech («The Newsweek», June 2016).

#Metoo trend highlights sexual harassment in wake of Weinstein claims («The Guardian», October 2017).

В каждом из приведенных в пример заголовков можно обнаружить лексические единицы, которые либо были зафиксированы в течение последних 10–15 лет в английском лексиконе, либо существовали и ранее, но не использовались в том значении, которое стало актуальным в настоящее время.

Например, приход к власти Дональда Трампа способствовал росту количества использований не только существительного *trumpety*, означающего ‘мишуру, продукт низкого качества или и вовсе нечто поддельное’, но и существительного *trump*, означающего ‘козырную карту в карточной игре’ или глагола *to trump*, означающего ‘выкладывать козырь’. Интересно, что первые публикации, обыгрывающие сходство данных лексических единиц с фамилией сначала кандидата в президенты США, а затем и 45-го президента США, датируются еще 1999 годом, то есть относятся к периоду активной работы данной медиаперсоны в качестве ведущего телевизионного шоу.

Имя Барака Хуссейна Обамы, 44-го президента США, на протяжении ряда лет интенсивно используется в связи с *Obamacare*, законом о защите прав пациентов и доступной медицинской помощи, хотя официальное название документа – *The Patient Protection and Affordable Care Act*. Закон был принят в марте 2010 года, а на данный момент предпринимаются различные попытки отменить его [1].

Важно отметить, что многие из считающихся сегодня общепринятыми понятий еще совсем недавно были неологизмами. К ним относятся, например, *blackhole* ‘черная дыра’ (появившееся в астрофизике в 1968 году) или *cyberspace* ‘киберпространство’ (впервые использованное американским писателем-фантастом Уильямом Гибсоном в 1982 году), а слово *Google* для обозначения названия компании появилось в 1997, по одной из версий, как сочетание искаженного написания слова *googol*, придуманного в 1940-е годы

для обозначения математической величины – 10^{100} , и желания создателей подчеркнуть сложность задач, стоящих перед компанией, в частности, вопроса разработки технологии масштабирования поиска огромного количества запросов в сети [2].

Безусловно, успешное развитие Интернета и компьютерных технологий также способствовало появлению новых понятий, которые быстро вошли в повседневную речь. Например, появились глаголы *to google* ‘искать определенную информацию в Сети или просто гуглить’ или *to photoshop* ‘редактировать изображения или фотошопить’, а также *to spam* ‘рассылать, вполне возможно, ненужную большому количеству пользователей или даже вызывающую раздражение рекламу’.

Научно-технический прогресс также находит свое отражение в английском информационном пространстве. Такие лексические единицы, как *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *Twitter*, *selfie* и *drone*, понятны активным пользователям Интернета. Молодое поколение вряд ли сможет поверить, что указанные лексические единицы вошли в информационное пространство и медийные тексты соответственно менее 15 лет назад. Однако лексический анализ указанных единиц свидетельствует о том, что *Facebook* – это производное от словосочетания *facebook*, представлявшего собой информационный каталог с личными фото и данными студентов, который в свою очередь был создан по аналогии с обозначением ежегодного каталога данных студентов *Yearbook*; *Youtube* – лексическая единица, полученная также путем словосложения, в котором местоимение *you* непосредственно указывает на человека, производящего медийный контент, а лексическая единица *tube* является оммажем к устаревшему обозначению телевидения и телевизоров, когда вместо современного оборудования использовались ламповые телевизоры; слово *Instagram* было образовано путем частичного сложения единиц *instant camera* и *telegram*.

Лексические единицы *twitter* и *drone* существовали в английском языке задолго до появления одноименной социальной сети и беспилотного летательного аппарата, однако приобрели новое звучание уже в XXI веке. Интересно, что лексическая единица *selfie*, образованная при помощи аффиксации, когда к существительному *self* был добавлен суффикс *-ie*, наиболее широкое распространение получила после 2010 и вошла в онлайн-версию *Oxford English Dictionary* в 2013, хотя первые упоминания этой единицы приходились еще на начало 2000-х годов [3].

Язык СМИ – прекрасная территория для тестирования новых слов, поскольку такой языковой «полигон», будучи многогранным дискурсивным явлением, представляет все языковые процессы в динамике. Именно в медийном дискурсе находят отражение и фиксируются многочисленные изменения языковой действительности, а описывающие их лексемы получают название так называемых «модных слов» – *buzzwords*. Анализ онлайн-версий многих словарей позволяет сделать вывод о том, часто для регистрации таких лексических новообразований создаются отдельные разделы. Так, к примеру, онлайн-версия словаря *Macmillan* содержит раздел *BuzzWord*,

а в *Oxford Dictionaries* можно найти раздел *WordWatch*, в котором фиксируются и комментируются лексические новинки, а также давно известные слова, которые становятся популярными в силу определенных обстоятельств.

Интересно, что разные словари демонстрируют завидную независимость в выборе так называемых модных слов. Важно отметить, что и сама по себе подобная практика фиксации лексических изменений также является новой.

Например, по версии *Oxford Dictionaries* в 2016 году *post-truth* в русском языке как существительное получило перевод 'постправда', а *Merriam-Webster* предложил лексическую единицу *surreal*. И если частое упоминание лексической единицы *surreal* было обусловлено, согласно электронной версии словаря, целой цепочкой террористических актов в разных странах мира и не привело ни к изменению основного значения, ни к появлению новых и необычных значений указанного слова, то единицу *post-truth* начали анализировать как целый концепт в медиа- и политическом дискурсе XXI века.

Лингвистические же особенности формирования и использования концепта *post-truth*, по версии *Oxford Dictionaries*, свидетельствуют о том, что это прилагательное, обозначающее «такие обстоятельства, при которых эмоциональное восприятие информации и личные убеждения имеют гораздо большее значение в формировании общественного мнения, чем объективные факты» [4]. Как часто и происходит в подобной ситуации, вслед за понятием *post-truth* появились такие устойчивые сочетания, как *posttruth politics* 'политика постправды' и *post-truth age* 'эпоха постправды', которые также обладают отрицательными коннотациями, поскольку характеризуют политику или эпоху, когда желание знать истинное положение дел отходит на второй план, а быстрая слава и попытка сиюминутной монетизации любого незначительного события превалируют над здравым смыслом.

Интересно, что в этом случае медиадискурс часто заполнен всевозможными интерпретациями тех или иных событий. К сожалению, в такой среде объективные факты уступают место эмоциям. Однако вполне естественно, что присутствие понятия *post-truth* в медийном пространстве не могло не привести к возникновению лексической единицы *pro-truth*, означающей борьбу за правду в СМИ, и даже целого направления, известного как *pro-truth pledge*. К сожалению, лексическая валидность данного понятия не особенно очевидна даже для медийного пространства, поэтому, вероятно, даже электронные версии известных словарей не спешат фиксировать эту единицу в противовес лексеме *post-truth*. Вполне возможно, что понятие *pro-truth* не сможет конкурировать с *post-truth* на равных в будущем и постепенно полностью выйдет из обращения.

Анализ новых слов, которые постоянно обогащают англоязычное медийное пространство, дает основания констатировать долговечность той или иной лексической единицы. Сам факт, что многие новообразования не имеют длительной истории функционирования в языке, приводит к мысли о том, что большое количество единиц не переходят в разряд неологизмов, а останавливаются на некоторой промежуточной стадии, получившей название *protologism*, или «протологизм» при обозначении в русском языке.

В частности, в разделе *BuzzWord* электронной версии словаря *Macmillan* эта лексическая единица охарактеризована как «уже знакомое новое слово, встречающееся в ограниченном количестве текстов, но еще не нашедшее на данный момент повсеместного применения и не закрепившееся в качестве неологизма» [5]. Очевидно, что в таком случае основной задачей исследователя становится изучение динамики использования данной лексической единицы в англоязычном медийном дискурсе.

В заключение следует отметить, что приведенные в статье примеры новой лексики, безусловно, не отражают в полной мере ни разнообразия новообразований, ни их количественных показателей в современном англоязычном медийном пространстве. Тем не менее, предложенная подборка лексических единиц, по мнению автора, позволяет получить определенное представление о роли описанного явления в структуре текстов англоязычных СМИ, а также создает предпосылки для проведения более подробного исследования данного вопроса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Duck face and other new words [Electronic resource] // Oxford Dictionaries. – Mode of access : <https://blog.oxforddictionaries.com/2014/12/03/oxford-dictionaries-new-words-december-2014/>. – Date of access : 20.02.2017.
2. Where is the origin of ‘cyber’? [Electronic resource] // Oxford Dictionaries. – Mode of access : <https://blog.oxforddictionaries.com/2015/03/05/cyborgs-cyberspace-csi-cyber/>. – Date of access : 15.03.2018.
3. The Oxford Dictionaries Word of the Year 2013 is ‘selfie’ [Electronic resource] // Oxford Dictionaries. – Mode of access : <https://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/18/word-of-the-year-2013-winner/>. – Date of access : 25.03.2018.
4. Post-truth [Electronic resource] // Oxford Dictionaries. – Mode of access : <https://en.oxforddictionaries.com/definition/us/post-truth/>. – Date of access : 09.03.2018.
5. Protologism [Electronic resource] // Macmillan Dictionary. – Mode of access : <https://www.macmillandictionary.com/buzzword/entries/protologism.html>. – Date of access : 25.03.2018.

А. А. Салавей

г. Мінск, Беларусь

СЕМАНТЫКА МЕРКАВАННЯ Ў ПУБЛІЦЫСТЫЧНЫМ ДЫСКУРСЕ (на матэрыяле беларускіх і англійскіх часопісных рэцэнзій)

Ментальныя канцэпты *веданне*, *меркаванне*, *вера*, складаючы ядро філасофскага разумення верагоднасці, з’яўляюцца цэнтральнымі паняццямі ў філасофіі і логіцы [1]. Пад верагоднасцю мы разумеем прагматычную,