

вода Института международных отношений Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань, Россия
E-mail: ksenia3230@gmail.com

Studies, Institute of International Relations, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia
E-mail: ksenia3230@gmail.com

Махмутова Алсу Нигматяновна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань, Россия
E-mail: Alsu.03@mail.ru

Makhmutova Alsu Nigmatyanovna – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Foreign Languages, Higher School of Foreign Languages and Translation Studies, Institute of International Relations, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia
E-mail: Alsu.03@mail.ru

УДК 81'1

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВОСТНОГО ДИСКУРСА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Е.М. Алексеева, А.Р. Нурмехаметов
Ekaterina.Alekseeva@kpfu.ru

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия

Аннотация. В рамках данной статьи рассматриваются исследования, посвященные изучению лексических особенностей новостного дискурса англоязычных СМИ. В работе анализируются причины использования неформальной формы изложения и сокращений в новостных материалах и последствия данной практики. Описываются как положительные, так и отрицательные эффекты данного явления на язык и на читательскую аудиторию. В целом, статья поднимает важную проблему развития лексики и словарного запаса в условиях современного информационного общества.

Ключевые слова: дискурс, новостной дискурс, англоязычные СМИ, лексика, лексические особенности.

LEXICAL PECULIARITIES OF NEWS DISCOURSE IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA

Е.М. Alekseeva, A.R. Nurmehametov
Ekaterina.Alekseeva@kpfu.ru

Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

Abstract. This article explores research dedicated to studying lexical peculiarities of news discourse in English-language media. The reasons for using informal wording and abbreviations in

news materials, as well as the implications of this practice are examined. The article describes both positive and negative effects of this phenomenon on language and readership. Overall, the article raises an important issue of lexical development in the context of modern information society.

Keywords: discourse, news discourse, english-language media, lexicon, lexical peculiarities.

Исследование лексических особенностей новостного дискурса англоязычных СМИ является актуальным направлением в лингвистике, так как СМИ являются важным инструментом формирования общественного мнения, особенно в современном информационном обществе, где новости стали неотъемлемой частью нашей жизни. Лексические особенности новостного дискурса связаны с использованием журналистской терминологии, специальных лексических единиц и выражений, общеупотребительных слов и фраз. Употребление таких лексических единиц имеет целью подчеркнуть важность и значимость новостных событий, а также привлечь внимание читателей к конкретным аспектам новостного дискурса. Кроме того, выбор лексических единиц может изменять восприятие информации и повлиять на общественное мнение о происходящих событиях.

В ходе изучения лексической характеристики новостного дискурса англоязычных СМИ применяются методы корпусного анализа текстов. Этот метод позволяет выявить наиболее употребляемые лексические единицы в текстах и выделить их значимость и взаимосвязь с контекстом, что обуславливает актуальность данной работы.

Объектом исследования стал новостной дискурс англоязычных СМИ. Предмет исследования – лексические особенности новостного дискурса англоязычных СМИ. Цель исследования заключалась в изучении лексических особенностей новостного дискурса англоязычных СМИ. Материалом послужили 139 лексических единиц из электронных и печатных периодических изданий *BBC*, *Daily Mail*, *The Times* и *The Daily Telegraph* [10–13].

Дискурс является феноменом, представляющим значительный интерес для научного сообщества, поскольку он олицетворяет собой гибридное явление, находящееся на пересечении различных прогрессивных научных дисциплин, включая, но не ограничиваясь, антропологией, этнографией, социологией, психологией и лингвистикой, которые могут быть расценены как области дискурсивной практики. В то же время, из-за неоднозначности данного явления и его гетерогенности, определить его связь с какой-либо конкретной научной областью затруднительно. Наблюдается тенденция в отдельном изучении дискурса в качестве независимой междисциплинарной области, основанной на интегра-

ции и синтезе различных дисциплин, связанных с диалогическими процессами и их влиянием на формирование личности [2, с. 86].

Особое место в этой структуре занимает масс-медийный дискурс, который обладает высокой степенью разнообразия и охватывает множество субъектов речевой деятельности. Это явление неразрывно связано с человеком и обществом, что подчеркивает необходимость обозначения экстралингвистических аспектов при изучении новостного дискурса [12, с. 170]. Одним из ключевых элементов масс-медиа является медийный дискурс, включающий в себя сложную систему социальных и культурных факторов, влияющих на коммуникационные процессы [18, с. 118]. В теории медиадискурса можно выделить важнейшую составляющую – разграничение понятий «текст-медiateкст» и «дискурс-медиадискурс». Если в классическом понимании текста он определяется как последовательность знаковых единиц с объединенной смысловой связью, и характеризуется такими основными свойствами как связность и целостность [16, с. 31], то при переносе его в массовые медиа понятие текста расширяет свои границы. В этом случае концепция медиатека включает в себя последовательность знаков различных семиотических систем (языковых, графических, звуковых, визуальных), а специфика их сочетания зависит от конкретного канала массовой информации [8, с. 96]. Именно поэтому медиадискурс – это функционально-обусловленный тип дискурса, который можно понимать как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации со всей их богатством и сложностью взаимодействия.

Если же говорить подробнее о новостном дискурсе англоязычных СМИ, то важно отметить, что данный вид средств массовой информации привлекает всё большую аудиторию, так как является важным источником информации в наш век быстрой global-коммуникации. Неотъемлемой частью современных СМИ являются разные стили журналистики, которые постоянно претерпевают изменения. Целью данного развития становится более эффективное сочетание информационной и коммерческой функций, что в свою очередь приводит к формированию новых черт и особенностей газетного стиля [6, с. 264]. Рассматривая детально язык журналистики в англоязычных СМИ, можно отметить, что многие из них отличаются использованием неологизмов, жаргонизмов и молодежного сленга в текстах.

В процессе анализа лексических характеристик англоязычных СМИ неизбежно возникает вопрос о ранее существовавших предрассудках относительно их стиля написания. Противники новостных изданий упрекали их в избыточном использовании экспрессивных лексических форм, неправильном

пунктуационном оформлении, а также в отсутствии формальности и основательности описаний [28, с. 138]. Поэтому многие литераторы и общественные деятели считали публицистические тексты второстепенными материалами. Однако на публицистические тексты следует смотреть несколько объективнее, учитывая, что речь идет об изданиях массовой информации, а не о художественной или научной литературе. Аргументом является и тот факт, что использование конкретной лексической экспрессии и увеличение информационного потока играют ключевую роль в новостных сообщениях и являются необходимыми инструментами передачи важных фактов и исключительно актуальной информации. В качестве ключевого элемента данного жанра выступает формирование общественного мнения на основе использования объективных фактов и субъективных мнений, что приводит к применению разговорной формы написания [21, с. 76]. Однако необходимость соответствия цензурным требованиям и учета широкой аудитории приводит к некоторому ограничению в организации публицистического стиля, что делает необходимым тщательное структурирование и организацию текста [18, с. 117]. В связи с этим подчеркивается важность тщательного структурирования публицистического стиля с учетом специфики жанра и широкой аудитории для обеспечения максимального эффекта воздействия на аудиторию [20, с. 69]. Но при этом язык периодических изданий находится в процессе становления, и его стиль характеризуется нарастающей долей неформальных форм, отличных от RP и Standard English.

В лингвистическом аспекте газетно-публицистический дискурс, применяемый в англоязычных печатных и электронных периодических изданиях, оперативно отслеживает появление новых слов, фраз и выражений, а также устоявшиеся термины и международные слова. В плане стилистических особенностей этот дискурс сочетает нейтральную и эмоциональную лексику, содержит стереотипы, неологизмы, а также упрощенный синтаксис, характерный для разговорной речи (например, “*to bar*”, “*to ban*”, “*to ax*” и жаргонизмы, такие как “*to snog*” – «целоваться», “*booze*” – «алкоголь»), который призван облегчить понимание материала широкой аудиторией. Вместе с тем в данном дискурсе применяются и более сложные термины, присущие научному стилю речи, такие как, например, “*mortgage*” и “*leukaemia*”, что придает текстам периодических англоязычных изданий более формальный характер. В общей совокупности лексические особенности публицистического стиля можно разделить на три группы:

1) В публицистическом дискурсе используются различные средства словообразования, такие как приставки и суффиксы, а также сочетание базовых

слов и других языковых единиц. Префиксы a-, anti-, de- и over- добавляются к словам для образования новых терминов и замены существующих слов. Например, *anti-apartheid* (против апартеида), *pre-election* (в предвыборный период). Суффиксы *-tion*, *-ization*, *-ism* и *-ist* используются для создания существительных и прилагательных, например, *production* (производство), *industrialization* (индустриализация), *conservatism* (консерватизм), *capitalist* (капиталист). Суффикс *-dom* стал продуктивно употребляться в газетной лексике для создания новых слов, например, *bangdom* (бангманская армия), *bogdom* (мир богатых и знаменитых). Суффикс глагола *-ise* (*-ize*) также широко используется в американском дискурсе для создания новых глаголов, например, *itemize* (оценивать по пунктам), *leonize* (выходить в открытый космос, образовано от фамилии космонавта А.А. Леонова).

2) Публицистический дискурс очень разнообразен в использовании эмоциональных средств, которые схожи с изобразительно-выразительными средствами художественного стиля. Они предназначены для воздействия на аудиторию, убеждения ее в каком-то мнении и передачи сведений. К таким средствам можно отнести эпитеты, приложения, сравнения, метафоры, риторические вопросы и обращения, лексические повторы и градацию. В качестве примеров можно привести такие эмоционально-заряженные выражения, как: *positive changes* (позитивные изменения), *energetic start* (энергичный старт), *irresponsible statement* (необдуманные заявления), *rampant inflation* (беспредел инфляции), *moral cholera* (моральная холера).

Кроме того, в публицистическом дискурсе активно применяются фразеологизмы, пословицы и поговорки, а также разговорные обороты речи, включая просторечия. Заметно использование литературных образов, цитат и средств языкового выражения, таких как юмор, ирония, сатира (остроумные сравнения, иронические вставки, сатирические пересказы, пародии, каламбуры). Данное проявление эмоционального окраса языка в публицистическом дискурсе сочетается со строгой логической связью и смысловым выделением ключевых слов, фраз и оборотов. В англоязычном новостном дискурсе, особенно в периодике, для выразительности речи нередко используются термины в переносном их значении: *balance of political forces* (баланс политических сил), *inflation conscience atmosphere of goodwill*, *parasite on society* (паразитирование на обществе). Общественно-политическая лексика пополняется в результате возрождения известных ранее слов, но получивших новое значение. Например, слова: *businessman* (бизнесмен), *business* (бизнес), *market* (рынок), *inflation* (инфляция) и другие (Daily Mail).

3) Широта тематики отличает публицистические произведения и позволяет касаться в них различных сфер общественного внимания. В связи с этим, для достижения выразительности и адекватного описания обсуждаемых предметов, автору необходимо использовать специализированную лексику. В некоторых случаях также требуется разъяснять термины и языковые структуры, используя развернутые комментарии. Среди таких постоянно освещаемых тем в первую очередь следует назвать политику, информацию о деятельности правительства и парламента, выборах, партийных мероприятиях, о заявлениях политических лидеров. В текстах на эту тему регулярно встречаются такие слова и словосочетания, как: *fraction* (фракция), *coalition* (коалиция), *candidate* (кандидат), *leader* (лидер), *bill* (законопроект), *democrats* (демократы), *opposition* (оппозиция).

Экономическая тематика также важна для публицистического дискурса, и её освещение невозможно без таких слов как *budget* (бюджет), *investitions* (инвестиции), *inflation* (инфляция), *arbitration* (арбитраж).

В материалах на темы образования, здравоохранения, социальной защиты населения используются следующие обороты: *education diversity* (разнообразие образования), *state support* (государственная поддержка), *teachers' salary* (зарплата учителей), *distance education* (дистанционное образование).

Информация о состоянии общественного порядка не может быть передана без таких словосочетаний, как: *crime prevention* (профилактика преступности), *protection of the rights of citizens* (защита прав граждан), *the scene* (место происшествия), *the prosecutor's check* (прокурорская проверка).

В сообщениях о происшествиях, стихийных бедствиях, авариях часто встречаются слова: *hurricane* (ураган), *typhoon* (тайфун), *earthquake* (землетрясение), *flood* (наводок), *hostage* (заложник), *terrorist attack* (террористическая атака), *shooting guard* (охрана стрельбы).

Сводки военных корреспондентов содержат слова: *action* (действие), *explosives* (взрывчатые вещества), *bomb* (бомба), *sniper* (снайпер), *clash* (столкновение), *shelling* (обстрел).

Сообщения на международные темы легко отличить, по следующим словам и сочетаниям: *negotiations for a peaceful settlement of the official visit* (переговоры по мирному урегулированию), *multilateral consultations* (многосторонние консультации), *the international community* (международное сообщество), *the tense situation* (напряженная обстановка).

Таким образом, результаты исследования лексической характеристики новостных сообщений в англоязычных СМИ (на материале изданий *BBC*, *Daily Mail*, *The Times* и *The Daily Telegraph*) показали, что новостной дискурс облада-

ет большим количеством специфической лексики. Это связано с уникальной профессиональной терминологией журналистики и обусловлено особенностями выбора лексических единиц для создания актуальных и важных заголовков.

Литература

1. *Ангелова М.М.* Лингвокультурные особенности масс-медиа современной Великобритании / М.М. Ангелова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – № 10–2. – С. 85–88.

2. *Богданова А.А.* Современная интернет-журналистика: взаимодействие средств массовой информации с социальными сетями / А.А. Богданова. – Ставрополь: Медиацентра СКФУ, 2017. – С. 262–267.

3. *Васильева Л.В.* Роль и функции СМИ в современном обществе / Л.В. Васильева // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 50. – С. 94–101.

4. *Добросклонская Т.Г., Чжан Хуэйцинъ.* Медиалингвистика в России и за рубежом: достижения и перспективы / Т.Г. Добросклонская, Хуэйцинъ Чжан // Вестник Московского университета. – Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2015. – № 1. – С. 167–172.

5. *Костенко Е.В.* Лингвостилистические особенности текстов сетевых СМИ / Е.В. Костенко // Вестник Марийского государственного университета. – 2013. – № 12. – С. 29–37.

6. *Любимов Б.И.* СМИ Великобритании / Б.И. Любимов // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 5. – С. 116–122.

7. *Пустовалов А.В.* Пресса Великобритании: между «Бумажным» прошлым и цифровым будущим / А.В. Пустовалов // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2013. – № 3 (23). – С. 65–69.

8. *Разоренов Д.А., Акимцева Ю.В.* Лингвостилистические особенности качественной и популярной прессы Великобритании / Д.А. Разоренов, Ю.В. Акимцева // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2014. – № 2. – С. 73–78.

9. *Шкенеv Б.В.* Лексико-семантические особенности англоязычных новостных онлайн статей по инновационным технологиям / Б.В. Шкенеv // Огарёv-Online. – 2016. – № 17 (82). – С. 136–140.

10. BBC. – URL: <https://www.bbc.co.uk/> (дата обращения: 18.05.23).

11. Guardian & Daily Telegraph. – URL: <https://www.theguardian.com/media/dailytelegraph> (дата обращения: 18.05.23).

12. Daily Mail. – URL: <https://www.dailymail.co.uk/ushome/index.html> (дата обращения: 18.05.23).

13. The Times & The Sunday Times. – URL: <https://www.thetimes.co.uk/> (дата обращения: 18.05.23).

Авторы публикации

Алексеева Екатерина Михайловна – кандидат психологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань, Россия

E-mail: Ekaterina.Alekseeva@kpfu.ru

Authors of the publication

Alekseeva Ekaterina Mikhailovna – Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Department of Practice and Theory of Translation, Higher School of Foreign Languages and Translation Studies, Institute of International Relations, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

E-mail: Ekaterina.Alekseeva@kpfu.ru

Нурмехаметов Артур Равилевич – студент Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань, Россия

E-mail: artur.nurmekhametov@mail.ru

Nurmehametov Artur Ravilevich – student, Higher School of Foreign Languages and Translation Studies, Institute of International Relations, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

E-mail: artur.nurmekhametov@mail.ru

УДК 81'25

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ
В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ Р. БРЭДБЕРИ)**

Ю.Е. Блаченова, Л.Р. Закирова

explorenglish@yandex.ru

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Россия

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению выразительных средств и их способам перевода. В качестве примера проанализированы произведения Р. Брэдбери «Вино из одуванчиков», «451 градус по Фаренгейту». Анализ опирается на классификации Этьена Доле и В.Н. Комиссарова.

Ключевые слова: художественный перевод, трансформация, стилистические средства.