

УДК: 81'42

DOI: 10.26140/bg23-2021-1003-0084



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0.  
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license  
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ЯЗЫКОВОЙ ЭКОНОМИИ  
В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ МАСС МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ)**

© Автор(ы) 2021

ORCID: 0000-0003-2334-604X

SPIN: 7694-1770

**САМБОРУК Людмила Александровна**, аспирант кафедры английской филологии  
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева  
(443086, Российская Федерация, Самара, Московское шоссе, 34, e-mail: lsamboruk@mail.ru)

**Аннотация.** В современных газетных текстах на английском языке наблюдается активное распространение тенденций с целью успешной адаптации к условиям иностранной коммуникативной реальности, что требует подробного изучения этих текстов в терминах современной науки о языке, включая закон экономии языковых средств. Цель. В статье содержится описание итогов научного осмысления роли и места средств языковой экономии в определенном типе англоязычного масс медийного пространства, которое базируется на взаимодействии лингвокультурных маркеров в контексте газетных передовых статей. Методы. В данной работе используются следующие общенаучные методы исследования: описательный метод, метод наблюдения, методы количественной оценки и классификации, сопровождаемые такими специальными методами, как системный подход к лингвистическому и семантическому анализу, элементы дискурсивного анализа. Результаты. В результате лингвистического анализа медиатекстов современных англоязычных передовиц, было отмечено, что язык СМИ стремится противостоять громоздкости и излишествам; а также были выявлены и описаны специализированные лексико-семантические средства, реализующие закон языковой экономии: активное использование клише, речевых штампов, экспрессивных эпитетов, стертых метафор, различных вводных конструкций. Газетные тексты характеризуются присутствием числительных, аббревиаций и неологизмов, что сопровождается продуктивными способами образования новых слов в современном английском языке. Практическая значимость. Результаты исследования могут быть применены для развития науки о языке в терминах когнитивной лингвистики и прагматической лингвистики, теории дискурса, социолингвистики и стилистики английского языка.

**Ключевые слова:** дискурс масс медиа; передовая статья; средства языковой экономии; массовая коммуникация; компрессия информации.

**LANGUAGE ECONOMY MEANS IN MODERN ENGLISH MASS MEDIA DISCOURSE  
(BASED ON NEWSPAPER EDITORIALS)**

© The Author(s) 2021

**SAMBORUK Liudmila Aleksandrovna**, postgraduate student of the Department of English Philology  
Samara National Research University  
(443086, Russian Federation, Samara, Moskovskoye shosse, 34, e-mail: lsamboruk@mail.ru)

**Abstract.** In modern newspaper articles there is an active spread of English-language trends aimed at adapting to foreign communicative reality, which requires a detailed study of these texts in terms of modern language trends, including the law of linguistic economy. Purpose. The attempt to trace the role and place of language economy means in a certain type of English mass media discourse, based on the interaction of linguo-cultural markers in the newspaper editorials' context is considered in the present article. Methodology. The following general scientific methods and research means are applied in the present study: a descriptive method, method of observation, quantification and classification methods accompanied by such special methods as systematic approach to linguistic analysis, and elements of discourse analysis. Results. The results of the language economy means and ways proves that there is strong tendency in English mass media language nowadays to avoid bulky constructions and excesses while the active use of clichés, speech stamps, expressive epithets, implicit metaphors, various introductory constructions are widely used in this type of texts. A great number of numerals, abbreviations and neologism are also applied. Moreover, the most productive ways of forming new words in modern English are discovered in mass media editorials too. Practical implications. The results of the study can be applied in the sphere of cognitive linguistics and pragmalinguistics, discourse theory, sociolinguistics, and stylistics of the English language.

**Keywords:** mass media discourse; newspaper editorial; language economy means; media communication; compression of information.

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.* Рост населения, развитие науки и техники привели к коренному изменению общественного уклада англоязычного общества, что, естественно, не могло не сказаться на развитии и функциональном потенциале английского языка. В повседневной жизни человека появляются новые реалии и соответствующие им обозначения. С учетом этого обстоятельства были разработаны экономичные способы выражения мысли и наиболее оптимальные способы передачи информации. Феномен лингвистической экономии, обладающий универсальным характером и являющийся основой многих языковых изменений, признан языковедами повсеместно, он находится в центре внимания современных ученых и особенно актуален в газетных текстах. В этой связи Е.Н. Малюга подчеркивает первоочередную задачу газет - сообщение информации в сжатом виде, так как газетные тексты рассчитаны на самую массовую аудиторию, являются не только средством информации, но и одновременно средством убеждения [1,

С.11].

Чаще всего под языковой краткостью понимают выражение определенного содержания при определенной экономии средств языка. Краткость в таком определении вовсе не предполагает широкого использования в газете кратких по объему предложений, а чаще всего, наоборот, ведет к их широкому распространению и большой семантической ёмкости. В газетных информационных сообщениях языковая краткость есть результат стремления дать как можно больше фактов в текстах ограниченного формата. Причиной стремления к краткости также является и коммерческая, финансовая составляющая - экономия печатного пространства газетного листа.

Итак, актуальность обращения к проблеме языковой экономии в современном англоязычном масс-медийном дискурсе заключается в растущем интересе к выявлению средств ускорения передачи информации, выяснению потенциала языковой экономии в свете новых реалий.

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на*

которых обосновывается автор; выделение неразрешенных раньше частей общей проблемы. В России и за рубежом регулярно публикуются исследования, посвященные вопросам функционирования языка в сфере массовой коммуникации, где тексты массовой информации рассматриваются в рамках самых различных лингвистических школ и направлений: с точки зрения функциональной стилистики [2], социолингвистики [3], теории дискурса [4] и др. Теоретическая основа исследования базируется на исследовательских проектах отечественных и зарубежных ученых в области лингвистики, научные интересы которых сосредоточены на изучении ключевых аспектов лингвистической экономики (Martinet, [5, 1955]; Смирнова В.М., Павлова А.Д. [6, 2017]; Ярмашевич М.А. [7, 2018]; Афанасьева [8, 2019]; Самборук [9, 2020]; Самборук Л.А., Голубых А.А. [10, 2020]; Таймур М.П. [11, 2020]; Хайруллин, Юсупова [12, 2020]); медиалингвистики (А.В. Стеллиферовский [13, 1985]; Теун ван Дейк [14, 1989]; Алан Белл [15, 1991]; Мартин Монтгомери [16, 1992]; Норман Фейерклаф [17, 1989]; Роберт Фаулер [18, 1991]; Б.В. Кривенко [19, 1993]; И.Л. Лысакова [20, 2005]; Г.Я. Солганик [21, 2005]; Е.О. Менджерицкая [22, 2011]; Т.Г. Добросклонская [23, 2019]; Цветаев Е. [24, 2018]; Пономаренко Е.В., Харьковская А.А., Храмченко Д.С. [25, 2018]).

Информационную функцию газеты профессор М.Н. Кожина признает главной, «исторически изначальной», которая направлена на незамедлительное сообщение о фактах и событиях быстроменяющегося мира, в то время как воздействующая функция газеты формирует мировоззрение аудитории, проявляется в оценке, выражении авторского отношения к содержанию высказывания, образности [26]. Вместе с тем, исследователи выделяют целый ряд других функций газеты, среди которых можно выделить аналитическую, популяризаторскую, просветительскую, воспитательную, организаторскую и развлекательную функции [27].

Исследование языковых особенностей газеты свидетельствует о четком разделении передовых и информационных статей с учетом реализации двух ведущих функций: информационной и воздействующей. Информационные статьи, обладая чертами фактологичности и документальности в передаче информации, нацелены на обеспечение читателя информационной средой, предоставление аудитории читателей важных сведений по актуальным вопросам. Следует заметить, что именно этому типу газетных публикаций отводится наибольшая часть газетной площади. По характеру использования языковых средств информационные статьи приближаются к научно-деловому стилю, в то время как передовые статьи представляют собой обозрения событий, взятые из официальных источников, в самом компактном виде они ориентированы на агитационное воздействие, тем самым реализуя открыто оценочный, ярко публицистический характер. Они отличаются конкретной авторской установкой на восприятие, выражают мнение редакции или учредителя по каким-либо важным вопросам текущего момента, убеждают мыслью, воздействуют на разум и чувства читателей. В связи с этим алгоритм таких публикаций предполагает использование эмоционально окрашенных языковых элементов, как лексических, так и структурных. Будучи ограниченными в печатной площади, данные статьи стремятся к экономии языковых усилий в поиске самого точного слова, самого эффективного нюанса при построении фразы.

В газетно-публицистических произведениях затрагиваются вопросы весьма широкой тематики – актуальные вопросы современности, представляющие интерес для общества: политические, экономические, моральные, философские, вопросы культуры, воспитания, повседневного быта. Многообразие тем газетных статей ведет к разнообразию используемых языковых средств; тем не менее, язык прессы обладает речевой системностью,

которая проявляется в специфическом отборе языковых средств и их активностью в публицистических текстах.

*Формирование целей статьи (постановка задания).* С учетом этих обстоятельств представляется целесообразным сформулировать цель настоящего исследования как попытку научного осмысления средств языковой экономики в определенном типе англоязычного текстового масс-медийного пространства для определения их роли и места в процессе взаимодействия с дискурсивными маркерами лингвокультурной парадигмы современного англоязычного социума в контексте газетных передовых статей.

В настоящей работе рассматриваются лингвостиллистические, семантические и синтаксические признаки языковой экономики англоязычных передовых статей на материале электронной версии британской газеты The Guardian и американской газеты The New York Times – NYT в период с 2017 по 2021 гг.

*Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.* В лексическом плане для газетного текста указанного периода времени весьма характерно широкое употребление клише и штампов, которые позволяют писать быстро, облегчают восприятие медиатекста читателем за счет легкой узнаваемости: *vital issue, pressing problem, political vendetta, overwhelming majority, pillar of society, iron curtain, rampant corruption, damning statement, celebrations of violence, gross negligence*; наличие эмоционально-экспрессивных средств, что сближает этот текст с разговорной речью. В этих случаях имеет место тенденция к художественному преувеличению, о наличии которого свидетельствуют усиленные значения прилагательных (*massive, vital*) и модальных слов (*extremely, undoubtedly, really absolutely, totally*), которые оказывают влияние на формирование мнения читателя. В масс-медийном дискурсе такие средства усиливают эмоциональное отношение к сообщаемому, следовательно, влияя, в свою очередь, на усиление положительной или отрицательной оценки, которой добивается газета. Приведем подобные примеры:

1) “*Trump cannot solve the nation’s pressing problems because he is the nation’s most pressing problem*”. [30, NYT, Oct. 16, 2020];

2) “*The president and his allies have responded with fury. Those damning testimonials are part of a political vendetta by “Never Trumper” bureaucrats, members of a “deep state” bent on undermining the will of the people, they assert*”. [30, NYT, Oct. 26, 2019];

3) “*The three boys were convicted on some extremely damning evidence*”. [29, The Guardian, Feb. 17, 2021].

Действительно, довольно часто встречающееся прилагательное **damning** (*damning statement* — изобличающее заявление *a damning evidence* — компрометирующий факт, *damning criticism* — убийственная критика, *разнос, a damning judgment* - обвинительный приговор) влечет за собой осуждение, включает много критики или ясно показывает, что кто-то не прав, виноват или вел себя очень недостойно.

К клишированным выражениям можно отнести многочисленные стертые метафоры, речевые штампы и устойчивые эпитеты, а также различные вводные конструкции (*according to well-informed sources; there is a general view that..., in the context of recent events*), и устойчивые сочетания со стершейся образностью, например, *to lay the cornerstone*:

“*The cornerstone was laid on July 4, 2004, but the building did not open until November 3, 2014*”. [30, NYT, Sept. 10, 2019].

Предвзятость суждений в газетных передовицах скрывается претенциозной лексикой, например: *unforgettable, historic, triumphant, admirable epoch-making*:

““*The Mirror and the Light*” is the **triumphant** capstone to Mantel’s trilogy on Thomas Cromwell””. [30, NYT, March 3, 2020].



При анализе газетных передовых статей мы обнаружили, что в англоязычном газетно-публицистическом дискурсе масс-медиа имеет место более высокая по сравнению с другими видами дискурса доля числительных:

1) *"The FTSE 100 is now almost 19% above its level on the night of the Brexit vote. The FTSE 250 is up around 15% from its level on 23 June"*. [29, The Guardian, May 25, 2017];

2) *"The percentage of Covid-19 tests taken in New York state that have come back positive has inched up to 1.5%, a worrisome trend for the former centre of the US epidemic"*. [29, The Guardian, Sept. 28, 2020].

Обращает на себя внимание, что стремление к экономии печатного текста приводит к обилию аббревиатур (FTSE, US) и неологизмов (Brexit, Covid-19), как можно заметить в вышеприведенных примерах. Использование числительных и аббревиатур позволяет вычленять главное и формировать посыл читателю, чтобы подчеркнуть, на чем необходимо сфокусировать внимание в первую очередь. Тенденция к экономии языковых средств на лексическом уровне обнаруживается в сфере использования неологизмов. Среди неологизмов в нашем материале были выделены акронимы, усечения, слияния.

Акронимы произносятся как единое слово: MOOC (Massive Open Online Course); FANG (Facebook, Amazon, Netflix, Google). Приведем примеры из английской газеты The Guardian:

1) *"But increasing numbers of people are using the time to build their skillset, with an upsurge in enrolments on online learning platforms such as edX, FutureLearn and Coursera, which offer "massive open online courses" – or Moocs"*. [29, The Guardian, April 9, 2020];

2) *"Facebook, Amazon, Apple, Netflix and Google have seen their combined ... as "Fang", by the CNBC television presenter Jim Cramer in 2013"*. [29, The Guardian, Jan. 18, 2020].

Как в британских, так и американских газетных статьях, размещенных на первой странице, популярен акроним FOMO, the fear of missing out:

1) *"FOMO, Fear of missing out, still lurks, but the coronavirus pandemic has exposed how much of our previous lives hung on vanity"*. [29, The Guardian, May 3, 2020];

2) *"FOMO, the fear of missing out, has survived the coronavirus"*. [30, NYT, April 16, 2020].

В современных англоязычных газетных статьях наблюдается тенденция к передаче максимального объема информации минимальными языковыми средствами, которые включают среди прочих лексемы, образованные путем усечения. По определению Н.А. Соловьевой усечениями являются лексические единицы, которые образовались в результате уменьшения звукового и графического комплекса одного слова или одного компонента словосочетания. [28, С. 7]. Приведем примеры:

1) *"While a pandemic altered the fundamentals of human interaction, millions of activists took to the streets to protect democratic institutions and defend human rights"*. - Fundamental principles. [30, NYT, Oct. 10, 2020];

2) *"The primary function of these duties and levies is to ensure a constant stream of revenue for the State, with a secondary function of discouraging consumption of certain harmful products"*. - Tax Levies. [29, The Guardian, Jan. 25, 2021];

3) *"Code deployed in US cyber-attack linked to suspected Russian hackers"*. [29, The Guardian, Dec. 14, 2020].

Следующим характерным способом образования неологизмов в современных англоязычных газетных статьях является словослияние, при помощи которого можно образовывать любую часть речи: имена существительные, прилагательные, наречия и глаголы. В нашем материале были зарегистрированы в значительном количестве слова-слияния:

1) *"There is revolution in the air now, but history shows the old order will fight-back"*. Fight-back — принятие контрмер. [29, The Guardian, May 18, 2020];

2) *"It took just three days last March for nearly every sport to shut-down because of the coronavirus outbreak"*. Shut-down — закрытие, ликвидация. [30, NYT, March 6, 2021];

3) *"34-year-old homeless man was found sleeping on couch. Owners were not at home at time of break-in"*. Break-in — вторжение в личную жизнь граждан. [30, NYT, Dec. 7, 2020].

Явление словослияния характерно для всех языков, однако по степени продуктивности и распространенности слов-слияний английский язык сегодня занимает лидирующее положение. Помимо социальных, государственных и политических изменений, культурного сближения разных стран и интенсивного развития техники есть много причин для образования неологизмов в современном англоязычном масс-медийном дискурсивном пространстве. Одной из них является то, что неологизмы придают некоторый динамизм тексту, а также придают образность журналистскому творчеству. Часто журналисты намеренно используют новые слова для создания интригующего эффекта, чтобы привлечь внимание читателя и, как следствие, увеличить тираж газеты, что обеспечит существование газеты и повысит ее популярность.

Образование новых слов при помощи префиксов и их частое употребление в языке массовой коммуникации вызвано их стремлением создать более экономичную языковую форму. С помощью префиксов образованы антонимические политические термины: demilitarization — remilitarization, nazification — denazification — renazification (возрождение нацизма).

1) *"Previous calls to revise it have been met with skepticism in Japan and in countries including China and South Korea that object to any signs of Japan's remilitarization"*. Demilitarization — remilitarization. [30, NYT, May 4, 2017];

2) *"It risks ignoring an imminent and clear-cut crisis that is mainly deflationary — causing falling prices"*. Deflation противоположно inflation. (NYT, May 28, 2020);

3) *"The biggest U.S. retail trade group will offer the Covid-19 Customer Conflict Prevention credential to help de-escalate disputes that emerge from pandemic restrictions"*. [30, NYT, Oct. 15, 2020].

В нашем материале встретился и такой интересный неологизм, как Putinesque, что означает "подражающий В. В. Путину", где первая часть данного слова образована от фамилии российского президента В. В. Путина, а вторая часть является суффиксом французского происхождения esque:

*"In its aims to Torify Britain, it is more Putinesque than it cares to acknowledge — and British civil society can be vulnerable just like Russia's"*. [29, The Guardian, Jan. 23, 2017].

Образование подобных слов в медиаречи является одним из самых динамичных процессов современного английского языка, который позволяет выявить и объяснить тенденцию к стиранию четких стиливых границ динамичностью и высокой подвижностью жанрово-типологической парадигмы медиа-дискурса. Смешение литературно-книжных и разговорных элементов языка характеризуют современные печатные издания. Подобное смешение обусловлено стремлением массовой коммуникации к привлечению самой широкой аудитории. Трансформируя значение слова, неологизм придает ему дополнительную коннотацию, тем самым заставляя его воздействовать на читательскую аудиторию не только на информативном уровне, но и на уровне экспрессивности и оценочности.

Лексическое своеобразие в современном масс-медийном дискурсе проявляется и в использовании неологизмов, образованных в результате сочетания суффикса -er с основами имен существительных и глаголов. Например: 1) *"Would the Peterloo marchers be satisfied with today's Britain?"* [29, The Guardian, Aug. 16, 2019].

2) "Since entering the Republican presidential scum, real estate mogul, reality TV star and professional **fire-er** Donald Trump has surged in the 2016 polls, passing former Texas Gov. Rick Perry and New Jersey Gov". [30, NYT, June 26, 2016].

В ходе изучения материала выборки было отмечено, что за последнее время в современных англоязычных газетных передовых статьях появилось много языковых единиц с префиксом поп- (*non-access; nonprofit, non-affiliated; non-belligerent country; non-standard*):

1) "Now, leaders of many **nonprofit** groups are looking for new ways to generate donations — to pay for both the rise in demand for their services and the work no longer done by the lost volunteers". [30, NYT, Nov. 13, 2020].

2) "Shares in **Non-Standard Finance**, which operates under the George Banco, Everyday Loans and Loans at Home brands — and charges interest of up to 732% — fell by 18% after the profit warning". [29, The Guardian, Nov. 15, 2019].

3) "All the nuclear states, including the UK, are boycotting the conference, because they prefer a step-by-step approach within the framework of the **Non-Proliferation Treaty**. The NPT, concluded in 1968, required the nuclear states to pursue negotiations to bring about nuclear disarmament at an early date". [29, The Guardian, Mar. 26, 2017].

Термин non-proliferation (нераспространение) из последнего примера достаточно частотен в нашем материале по современному масс медийному англоязычному дискурсу.

По итогам нашего исследования было установлено, что наиболее продуктивным способом словообразования неологизмов в современном англоязычном масс-медийном дискурсе, представленном англоязычными газетными передовицами, является словосложение (68%) от общего количества неологизмов. На втором месте — усечение (14%) и аффиксация (13%), оставшаяся доля неологизмов приходится на акронимы (5% от общего числа примеров).

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Таким образом, можно сделать вывод, что современный англоязычный масс-медийный дискурс является такой сферой применения языка, которая наиболее оперативно реагирует на новые лингвистические явления и дает поистине впечатляющую картину пользования языком, что обращает на себя пристальное внимание языковедов и требует постоянного и детального изучения. Исследования сокращений в языке представляют большой интерес и с течением времени не теряют своей актуальности, поскольку возникновение новых средств лингвистической экономии является необратимым процессом, происходящим под воздействием лингвистических и экстралингвистических факторов, что подтверждает существование тенденции к экономичности выражения смысла, обнаруживающаяся на разных уровнях языковой системы на материале проанализированных газетных передовиц. В данной статье были рассмотрены лексические средства языковой экономии в масс-медийном дискурсивном пространстве и сформулированы следующие выводы. Для создания наиболее ёмкого и яркого текста передовой статьи необходимо сделать его эмоциональным и привлечь внимание аудитории на вербальном уровне, что предполагает экономию места за счет использования клишированных фраз, многочисленных стертых метафор, речевых штампов и устойчивых эпитетов, а также различны вводных конструкций. Стремление к экономии печатного текста находит вербальное выражение в обилии числительных, аббревиаций и неологизмов, способствующих лаконичности изложения при информативной насыщенности газетных передовиц в англоязычных изданиях. Перспективы дальнейшего исследования действия закона экономии языковых средств видится в более детальном изучении принципа лингвистической экономии как в масс-медийном дискурсивном пространстве, так и в

других разновидностях дискурса.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1) Малюга Е.Н. Функционально-прагматические аспекты английских вопросительных предложений. М.: Макс Пресс, 2001. 293с.
- 2) Липгарт А.А. К проблеме языковедческого описания публицистического функционального стиля // Язык средств массовой информации. Учебное пособие для вузов. Москва, Альма Матер, 2008. Москва. Академический Проект, 2008. 759с. С.349-354.
- 3) Швейцер А.Д. Современная социолнгвистика: Теория, проблемы, методы. URSS. 2018. 176 с. ISBN 978-5-397-06081-3.
- 4) Трахтенберг А.Д. Дискурсивный анализ массовой коммуникации как идеологический инструмент. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология, 2006. № 8. С. 85–94.
- 5) Martinet A. Economie des changements phonétiques: Traité de phonologie diachronique. Berne: Francke, 1955. 396 p.
- 6) Смирнова В.Н., Павлова А.Д. Английские акронимы как способ лингвистической экономии. Бюллетень науки и практики. 2017. № 11 (24). С. 442-447.
- 7) Ярмашевич М.А. Роль аббревиации в английском языке. Аграрная наука в XXI веке: проблемы и перспективы. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова. 2018. С. 705-716.
- 8) Афанасьева М.В. Проблема понимания компрессии текста в современной лингвистике. Язык, культура и литература. Ежегодник. Волгоград, 2019. С. 27-29.
- 9) Самборук Л.А. Языковая экономия в современном англоязычном интернет-пространстве (на материале публикаций о предвыборной кампании в США). Современные исследования социальных проблем. Красноярск: ООО «Научно-инновационный центр», 2020. С. 305-319. DOI: 10.12731/2077-1770-2020-5-305-319
- 10) Самборук Л.А., Голубых А.А. Экономия языковых средств в контексте медицинского масс медийного общения (на материале английского языка). Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения. Сборник материалов IX Международной научной конференции. 2020. С. 27-29.
- 11) Таймур М.П. Компрессия информации в смешанной метафоре в условиях глобализации на материале английского языка. Языковое бытие человека и этноса. Сборник научных трудов по материалам XVII Березинских чтений. 2020. С. 45-49.
- 12) Хайруллин В.И., Юсупова З.А. Принцип экономии языковых средств как основа письменной графики. Научно-техническая информация. Серия 2: Информационные процессы и системы. 2020. №6. С. 37-39.
- 13) Стеллиферовский А. В. Трансформация иностилевого текста в языке английской газеты: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.04. Москва, 1985. 196 с.
- 14) Теун ван Дейк Язык. Познание. Коммуникация. М., Прогресс, 1989.
- 15) Bell A. The Language of News Media. Oxford, Blackwell, 1991.
- 16) Montgomery M. Introduction to Language and Society. OUP, 1992.
- 17) Fairclough N. Language and Power. London, Longman, 1989.
- 18) Fowler R. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press. London, Routledge, 1991.
- 19) Кривенко Б.В. Язык массовой коммуникации, Воронежский университет, 1993, стр.7.
- 20) Лысакова И. П. Язык газеты и типология прессы. Социолнгвистическое исследование. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2005.
- 21) Солганик Г.Я. Копределению понятий «текст» и «медиа́текст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 7 – 15.
- 22) Менджерцкая Е. О. Дискурс, медиадискурс и когнитивнодискурсивная парадигма в лингвистике // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2011. N 3. С. 54-60.
- 23) Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Т.Г. Добросклонская. 3-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2019. 264 с.
- 24) Цветаев Е. Отражение социологического дискурса в дискурсе СМИ (на материале французских, британских и американских СМИ). COLLEGIUM LINGUISTICUM. Тезисы докладов ежегодной конференции Студенческого научного общества. Москва, 2018. С. 130.
- 25) Пономаренко Е.В., Харьковская А.А., Храченко Д.С. Данные проекта The Global Language Monitor как отражение динамики лексической подсистемы английского языка // Филологические науки в МГИМО. 2019. № 2 (18). С. 12-18.
- 26) Кожина, М.Н. Стилистика русского языка: учебник для вузов / М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский. М.: Флинта: Наука, 2016.
- 27) Васильева А. Н. Газетно-публицистический стиль речи. М.: Русский язык, 1982. 134 с.
- 28) Соловьева Н. А. Усечения в современной англоязычной прессе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2009. 24 с.
- 29) The guardian. URL: <https://www.theguardian.com> (дата обращения: 2.02.2021).
- 30) The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com> (дата обращения: 17. 02. 2021).

Статья поступила в редакцию 30.03.2021

Статья принята к публикации 27.08.2021