

**В. В. Катермина**  
Краснодар, Россия

### ПОЛИТИЧЕСКАЯ НЕОНОМИНАЦИЯ В МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

**АННОТАЦИЯ.** В данной статье рассматриваются политические неологизмы английского языка в массмедийном дискурсе. Язык функционирует в обществе, которое закономерно развивается, эволюционирует и поэтому постоянно нуждается в языковой поддержке и отражении изменений, а значит так или иначе стимулирует языковые процессы. Существенной особенностью словарного состава является его непосредственная обращенность к явлениям действительности, поэтому именно в лексике отражаются все изменения, происходящие в общественной жизни, что неизбежно влечет за собой создание новых наименований. Новообразования в средствах массовой информации вызывают особый интерес исследователей, поскольку именно в этой сфере слово должно обладать экспрессивностью, привлекать внимание аудитории, для чего зачастую конструируются лексические единицы, способные выполнить определенную коммуникативную задачу. При этом именно СМИ и оказываются распространителем новообразования, средством его популяризации. В статье отмечается, что через вербальные оценки происходит отражение языковой личности в лексико-семантической системе. Оценка является собственно человеческой категорией, касается человека и всего того, что каким-либо способом связано с ним, затрагивает его физическую, психическую и социальную сущность. Оценка представляет человека как цель, на которую обращен мир. Наиболее частотными средствами создания оценки выступают имена собственные, прецедентные имена, а также отрицательная коннотация лексики, относящейся к политической тематике. В статье подчеркивается, что анализ английской политической новой лексики способствует выявлению видения языковой личностью типичных и специфических особенностей своего народа, а в результате культурной интерпретации анализируемых единиц выявляются концептуальные ценности данного народа с опорой на их менталитет, типичные черты этноса.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** неологизм; политическая номинация; массмедийный дискурс; оценка; имя собственное; прецедентное имя.

**СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:** Катермина Вероника Викторовна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Кубанский государственный университет; 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149; e-mail: katermina\_v@mail.ru.

Язык функционирует в обществе, которое закономерно развивается, эволюционирует и поэтому постоянно нуждается в языковой поддержке и отражении изменений, а значит так или иначе стимулирует языковые процессы. Основанием для именования актуальных реалий новыми лексическими и семантическими единицами на современном этапе служат события, затронувшие все сферы общественно-политической и экономической жизни, а также широкие интеграционные процессы, происходящие в мировом сообществе в конце XX — начале XXI в. Обогащение номинативного фонда современной лексики связано с внутриязыковыми процессами — потребностью в совершенствовании средств языкового обозначения, эмоционально-экспрессивным обновлением словаря, тенденцией к экономии, системностью языковых единиц [Алексеева 2011].

Лексический состав языка динамичен и меняется исторически в соответствии с новыми задачами коммуникации и практическим использованием языка. Существенной особенностью словарного состава является его непосредственная обращенность к явлениям действительности, поэтому именно в лексике отражаются все изменения, происходящие в общественной жизни, что неизбежно влечет за собой создание новых наименований.

Целью любого говорящего является построение осмысленного высказывания как целостной коммуникативной единицы. В процессе его порождения важную роль играют акты номинации. При осуществлении этих

актов язык использует уже имеющиеся или создает новые номинативные единицы, посредством которых именуется реалии, представляющие собой как отдельные элементы опыта, так и целые события, факты, состояния дел, ситуации. Осознаваемая говорящим мотивированность значения слова (внутренняя форма слова) является одной из характерных черт номинации. К образованию нужной лексической единицы можно прийти различными путями, а значит, первоначально внутренняя форма слова является основой всякого индивидуального речетворчества [Антюфеева 2004].

Каждая вещь, каждое явление получает свое название, свое имя. Обозначение предметов и явлений в их универсальности или в обобщенном качестве, охватывающее собою их сущностную характеристику, как бы их внутреннюю всеобщность, есть не что иное, как номинация предметов и событий в соответствующих языковых единицах.

Язык фиксирует концептуальный мир человека, имеющий своим первоначальным источником реальный мир и деятельность в этом мире. Считается, что в сущности своей вся номинативная деятельность человека протекает в опоре на готовые и известные из предыдущего опыта знаки. Тем не менее особенностью человеческой природы, заключающиеся в оценочной психологической ориентации, проявляются в так называемой избирательной заинтересованности, т. е. выделении одних объектов (или одних свойств, признаков, качеств, предметов) по сравнению с другими.

Как свидетельствуют исследования современных лингвистов, в процессах формирования наименований всегда взаимодействуют три гетерогенные по своей природе сущности. Одна из них — то, что именуется (называется) — мир действительности, включая и психическую деятельность человека (то есть сфера денотации). Вторая — образ (в гносеологическом смысле) компонента действительности — его понятийное отражение, в котором человеческое сознание способно совмещать и квалификативно-оценочное видение мира. Соотносясь с именем, этот образ воплощается при языковом назывании в понятийно-языковой форме отражения действительного (сфера сигнификации). Третья сущность — имя (звукоряд или его графическое изображение), т. е. языковое средство выражения сигнификативного содержания, закрепляемого за именем с целью опознания того, что обозначается. Отношение именования, по мнению лингвистов, связывая таким образом сигнификат с именем в форме языкового знака, соотносит его с обозначаемой действительностью [Колшанский 1977].

Новообразования в средствах массовой информации вызывают особый интерес исследователей, поскольку именно в этой сфере слово должно обладать экспрессивностью, привлекать внимание аудитории, для чего зачастую конструируются лексические единицы, способные выполнить определенную коммуникативную задачу. При этом именно СМИ и оказываются распространителем новообразования, средством его популяризации.

Средства массовой информации — «технологии и институты, через которые централизованно распространяется информация и другие формы символической коммуникации крупным, гетерогенным и географически рассеянным аудиториям; одна из существенных форм распространения и бытия массовой культуры» [Conboy 2010: 29]. Иными словами, это институты, занимающиеся «adaptation and distribution of information» («обработкой и распространением информации»), предназначенной для массовой аудитории [Lorimer, Scannell 1994: 11] (здесь и далее перевод наш. — В. К.).

Целью массмедиа считается «донесение до потребителя / аудитории отражения реального мира» [Дубских 2014: 133]. С учетом существования разнообразных форм представления информации выделяются следующие функции, реализуемые дискурсом СМИ: 1) информативная; 2) регулятивная, включающая в себя идеологическую функцию и функции социального контроля и ма-

нипуляции общественным сознанием; 3) образовательная; 4) развлекательная; 5) фактическая; 6) рекламная [Дубских 2014: 133]. Отражая общество, массмедиа также являются инструментом представления некоей «собственной» реальности, результата «interplay between readers and writers» («взаимодействия между читателями и писателями») [Conboy 2010: 12], т. е. реальности, несущей на себе влияние автора текста, ожиданий и речевых навыков массового читателя и других условий, в том числе факторов рынка. Ученый отмечает, что любой массмедийный текст должен содержать то, что «would sell to audiences» («сможет быть продано аудитории») [Ibid].

Слово — не единственное, но наиболее доступное и действенное оружие политиков. То, что и как говорят политические деятели, представляет интерес научного и прикладного характера. В широком понимании вся совокупность коммуникативных практик в политическом контексте представляет собой политический дискурс, и определение политического дискурса может охватывать вопросы власти, конфликта, контроля или доминирования.

О политических и социальных отношениях можно говорить как о взаимодействии не определенной группы индивидов, но дискурсов, для которых мы всего лишь «перевозчики»: «It is sometimes helpful to think about social and political issues as if it is not just us humans who are talking and interacting with each other, but rather discourses we represent and enact, and for which we are 'carriers'» [Gee 2001: 18]. Властные отношения выполняют организующую и стабилизирующую функции в обществе [Подкопаева], а политический дискурс является неотъемлемой частью информационных и психологических операций [Жуков 1992].

В данной статье нами будут рассмотрены политические неологизмы массмедийного характера на материале электронных словарей неологизмов, как, например, «Wordspy», «Macmillan Buzzword Dictionary», «Urban Dictionary», «Cambridge Dictionaries Online Blog».

Первая группа рассматриваемых нами неологизмов раскрывает приверженность тем или иным политическим взглядам, разделить которые призывает политический деятель или группа (партия). Несложно отметить и существующую тенденцию именовать определенную идеологию в честь придерживающихся ее политических представителей (обычно при добавлении суффикса *-ism*).

Считается, что исследования особенностей употребления имен собственных в

структуре того или иного социума позволяют утверждать, что единицы указанного типа, являясь культурными доминантами, помогают выявить особенности, характерные черты той или иной нации, того или иного типа языковой личности [Катермина 1998].

Говоря об имени как национальном и социальном знаке, следует иметь в виду наличие полей в ономастике — определенной сферы соотношенности имени. В речи эта граница определяется при помощи экстралингвистических знаний, которые являются необходимыми для правильного употребления и понимания имен. В состав экстралингвистического аспекта значения имени входят и особые условия существования имени в обществе, и культурно-исторические ассоциации, и степень известности объекта и его имени.

Национальное поле имени способствует более точному восприятию имен, более четкой их соотношенности с определенной языковой подсистемой.

По этому принципу были образованы неологизм *blairism* (*the political ideology of the former leader of the Labour Party and Prime Minister Tony Blair* — политическая идеология бывшего лидера Лейбористской партии и премьер-министра Тони Блэра), отражающий приверженность кого-либо его центристской, по словам экспертов, политике. По нашему мнению, данный неологизм не обладает какой-либо устойчивой коннотацией, что означает безусловное присутствие архисемы «приверженности определенным политическим взглядам», а также дифференциальной семы «приверженность политике Тони Блэра».

Еще одним примером может служить неологизм *trumpism* (*the views and cultural and political statements of Donald Trump* — взгляды и культурные и политические заявления Дональда Трампа):

*It's the causes that are already being lost that are able to generate the sort of anxiety and fear that's the heartbeat of the culture wars. <...> And we see that today obviously with Trumpism...* [WNYC: Leonard Lopate Show (US culture and current affairs) 13 January 2016].

В отличие от этих неологизмов, лексема *putinism*, помимо официальной формулировки *the political ideology of Vladimir Putin* (политическая идеология Владимира Путина), обладает и более конкретными определениями. К примеру, американский экономист Ричард Ванн определяет *putinism* как *a Russian nationalistic authoritarian form of government that pretends to be a free market democracy* [цит. по: Страмной 2007: 18] (русская националистическая авторитарная форма

правления, которая выглядит как демократия при свободных рыночных отношениях), выражая тем самым свое негативное отношение к политике российского президента эмоционально и оценочно (компоненты значения *authoritarian, nationalistic, pretends*). Мы не ставим целью оценивать каким-либо образом справедливость данного высказывания, но нами было замечено, что похожего мнения придерживаются многие западные представители. А неологизм *bushism*, образованный по тому же принципу, не несет такого значения. Его денотативным значением является *funny or absurd words, phrases, pronunciations, and semantic or linguistic errors that occur in the public speaking of former President of the United States* (слова, фразы, варианты произношения, семантические и лингвистические ошибки бывшего президента США Джорджа Буша при выступлениях на публике). Нами было отмечено, что, в связи с неоднократными нелепыми высказываниями президента, он стал предметом шуток как жителей своей страны, так и за ее пределами. Помимо значительно более узкого характера данного неологизма, по сравнению с *blairism* и *putinism*, *bushism* еще и обладает значительным комическим (ироническим, а чаще саркастическим) характером. Таким образом, мы приходим к выводу, что в данной группе неологизмов играет роль сама политическая фигура и отношение к ней общества, так как соответствующая коннотация будет переноситься на новообразованное слово.

Интересным, с нашей точки зрения, является тот факт, что среди многочисленных неологизмов с именем американского президента Барака Обамы — *Obamaphoria, Obamanation, Obamarama, Obamanos, Obamatopia, Obamalujah, Obamatrons, Obamascope, Obamanator, Obamalicious, Obamaloha, Oh-bama, Vamelot, Obamerika, Barackstar* — нет ни одной единицы, отражающей приверженность тем или иным политическим взглядам, поддерживаемым политическим деятелем или политической партией.

К данной группе нами было отнесено еще два неологизма, не включающих в свой состав имя собственное: *pluto-populism* — *a political movement in which a wealthy individual offers ideas and policies that appeal to the common person* (политическое движение, в котором богатые люди предлагают политические идеи обыкновенным, простым людям) и *securitarianism* — *a political philosophy or ideology that sets national security as its highest principle and chief objective* (политическая философия или идеология, которая устанавливает государственную безопас-

ность в качестве самого главного принципа и цели).

Еще одна группа политических неологизмов называет типы правления. К ним мы отнесли следующие единицы:

- *narcissocracy — government by the excessively self-centered (сверхэгоистичное правительство);*
- *kludgeocracy — government that is over-complex and ineffective (сверхсложное и неэффективное правительство): Sprawling scale becomes unmanageable; internal complexity culminates in kludgeocracy (to use Steven Teles's term); our electoral processes seem to produce little real accountability; and interest-group-driven sclerosis chokes off the possibility of reform [National Affairs. 2014. 9.11];*
- *ineptocracy — a system of government whose main characteristic is incompetence in all areas (система правления, основной характеристикой которой является некомпетентность во всех областях);*
- *idiocracy — rule, government or control exercised by foolish people (правление или правительство глупых людей).*

Наблюдения свидетельствуют, что все единицы данной группы образованы при помощи слияния или телескопии. Ученые считают, что в современном английском языке все большую силу набирает способ словообразования, называемый термином «телескопия»: «...с помощью данного способа образование новых лексических единиц происходит с впечатляющим динамизмом, но соответствующие изменения вносятся в словари с опозданием и известной осторожностью» [Мурзаков 2013: 1—2].

Следует также отметить отрицательную оценку лексем, составляющих значение данных новых слов:

- *narcissism — an extreme interest in your own life and problems that prevents you from caring about other people;*
- *kludge — a clumsy or inelegant solution to a problem;*
- *ineptness — the quality of having the wrong properties for a specific purpose;*
- *idiocy — very stupid ideas or behavior.*

Исследование понятия языковой оценки дает возможность предположить, что познавательно-классифицирующая деятельность человека находит отражение в языковых единицах, в частности, в словах, закрепляющих наряду с результатами познавательной деятельности человека и отношение познающего субъекта к познанной действительности; таким образом, оценочный компонент выступает как обязательный семантический компонент значения слова.

В первом случае отрицательная оценка достигается при помощи прецедентного имени *Narcissus — via Latin from Greek Early 19th century: via Latin from the Greek name Narkissos (narkissos, perhaps from narkē 'numbness', with reference to its narcotic effects).*

Известно, что проблема прецедентных феноменов была поставлена немногим более двадцати лет назад, однако имеются уже десятки, если не сотни публикаций на эту тему. Прецедентные феномены (ситуации, выражения, имена, тексты) понимаются как ядро когнитивной базы носителей культуры, «сгустки» культурной информации.

Прецедентные имена — это широко известные имена собственные, которые используются в тексте не столько для обозначения конкретного человека (ситуации, города, организации и др.), сколько в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, событий, судеб [Нахимова 2007].

Интерес лингвистов к явлению прецедентного имени обусловлен, с одной стороны, повышенным вниманием к проблемам развития языковых контактов, вопросам взаимодействия языков и культур — процесс межкультурной коммуникации, представляющий общение языковых личностей, принадлежащих различным лингвокультурным сообществам, эффективен в условиях преодоления не только языкового барьера, но и барьера культурного; с другой стороны, для эволюционного процесса становления человека в качестве *homo sapiens* важнейшим рубежом стало возникновение имени как закрепление формирования человеческой личности, развития личностного самосознания.

В трех остальных случаях выражение оценки достигается следующими словами, содержащими в своем значении эмоционально-оценочный компонент: *clumsy — expressed without enough skill or thought, and often in a way that is likely to upset people (представленный без достаточного умения или мысли и часто в такой форме, которая огорчает людей), inelegant — not attractive, graceful, or polite (непривлекательный, неграциозный, невежливый), wrong — not accurate or correct (неточный или некорректный), stupid — not intelligent, or not able to consider or judge things carefully (неумный или неспособный оценить положение вещей правильно).*

Оценочный компонент, на наш взгляд, является основным в коннотативном значении единицы в силу его социолингвистической природы. «В разных цивилизациях и в

разные эпохи понятия добра и зла, отрицательного и положительного мыслятся неодинаково. Члены одного общества расценивают одно и то же явление индивидуально, хотя существует общепринятая точка зрения, в связи с которой положительная или отрицательная оценка входит в структуру значения единиц» [Соколова 1981: 60]. Субъективно-оценочный элемент значения может быть объяснен дифференцированной реакцией людей на положительные и отрицательные явления и выступает как интегральный в семантической структуре единицы номинации.

В следующую группу можно объединить новые слова, номинирующие человека определенных политических взглядов или политического статуса. Архисемой в данном случае является «человек», «представитель определенной политической группы». Ярким примером может служить неологизм *Eurocrat* (*European + bureaucrat*), имеющий значение *the leader of the EU who makes bureaucratic laws that affect people mostly not in favour of the European Union* (лидер Европейского союза, издающий законы бюрократического характера, которые обычно оказываются не в пользу граждан Европейского союза). Данное определение, во-первых, позволяет нам проследить использование архисемы *представитель определенной политической группы*, во-вторых, демонстрирует, вследствие использования компонентов *not in favour of bureaucratic*, коннотативный элемент, выражающий критику населением таких лидеров, их методов и результатов работы.

Часть неологизмов посвящена выходу Великобритании из Европейского союза.

Ключевое слово *brexit* образовано путем слияния двух основ — *Britain* и *exit* — по аналогии со словом *grexit — the (as yet hypothetical) Greek exit from the Eurozone* (гипотетический выход Греции из Европейского союза).

Сразу же появилось и слово *to brexit*, образованное при помощи конверсии, — *used as a verb to refer to the United Kingdom leaving the European Union* (выходить (о Великобритании) из Европейского союза).

Несомненным является тот факт, что общество разделилось на сторонников и противников данного процесса, что очень ярко и образно отразилось в языке при помощи неологических единиц *regrexit* — *someone who regrets the vote to leave the EU* (человек, сожалеющий о выходе из Европейского союза) и *brexiter/brexit* — *one who favours Brexit* (человек, приветствующий выход из Европейского союза): *The Brexit debate is more nuanced, but the*

*Brexit*’s dream of unshackling the UK Europe, the ‘in’ camp will argue, is equally emotional and incoherent. [Foster 2016].

Интересно отметить, что в первом случае структура *сложное слово-слиток + суффикс* содержит в своем составе сему *сожаление*: именно так оно и было образовано, в то время как лексема, обозначающая сторонников данного процесса, образована прямым прибавлением суффиксов *-er* или *-eer*, в связи с чем можно сделать предположение, что данное слово, являясь базовым, свидетельствует о более положительном восприятии данного процесса британцами.

Также отметим и неологизм *brexistence — the fact or state of living or continued survival of Britain (UK) or the British after the BREXIT event* (факт или положение вещей или последующее выживание Британии (Соединенного Королевства) после Брексита).

Продолжая тему Великобритании, стоит выделить и новые лексические единицы, связанные с парламентскими выборами 2015 г.:

- *shy Tory — a person who secretly voted Conservative in the 2015 UK elections, especially one who claimed to the pollsters to be voting a different way: How ‘shy Tories’ confounded the polls and gave David Cameron victory* [Elgot 2015];
- *Milifan — during the UK general election, a (young) fan of UK Labour leader, Ed Milliband: Hooray for the Milifans. They can change the world for the better* [Cosslett 2015].

Один из неологизмов представлен прилагательным *shy (nervous or not confident — нервный или неуверенный)* и названием партии. Данное прилагательное употреблено в ироничном контексте, что подтверждается наличием лексем *secretly — not openly (не открыто)* и *to claim — to say that something is true, even though there is no definite proof (сказать, что что-то правдиво, хотя не существует точного подтверждения)* в словарной дефиниции.

Другой неологизм — *Milifan* — образован слиянием части фамилии лидера Лейбористской партии Эда Милибэнда и слова *fan (фанат)*.

В целом можно сделать вывод, что политическая сфера вызывает активное образование неологизмов, и вследствие ее постоянного развития и актуального характера продуктивность новообразований подобного рода будет расти.

С помощью массовой коммуникации люди структурируют и обосновывают собственные убеждения и опыт. Массмедиа не только обеспечивают информационную осведом-

ленность, но также формируют повседневную жизнь и картину мира. Массовой коммуникацией может считаться пространство, в котором люди создают и разделяют жизненные ориентиры, ценности и знания.

Анализ материала позволяет говорить об изменении информационной парадигмы в XXI в.: адресат более не является пассивным участником коммуникации, наоборот, он привносит свою интерпретацию рассматриваемого события, тем самым обогащая знания о мире.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева Е. В. Адъективные новообразования в современном русском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2011.
2. Антюфеева Ю. Н. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Белгород, 2004.
3. Дубских А. И. Масс-медиаальный дискурс: определение, характеристики, признаки // Вестн. ЮУрГУ. Сер.: Лингвистика. 2014. №1. С. 131—136.
4. Жуков И. В. Война в дискурсе современной прессы. 2001. URL: <http://www.faq.at/rusjaz> (дата обращения: 19.09.2007).
5. Катермина В. В. Личное имя собственное: национально-культурные особенности функционирования (на материале русского и английского языков) : дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар : КубГУ, 1998. 297 с.
6. Колшанский Г. В. Лингво-гносеологические основы языковой номинации // Языковая номинация (общие вопросы). — М. : Наука, 1977. С. 99—146.
7. Мурзаков А. А. Функционально-прагматические аспекты слияния в английском языке : автореф. канд. ... филол. наук. — СПб., 2013.
8. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. — М. : УРСС, 2000. 240 с.

V. V. Katermina  
Krasnodar, Russia

#### POLITICAL NEONOMINATION IN MASS MEDIA DISCOURSE

**ABSTRACT.** *The article is devoted to the analysis of political neologisms in the English language in the discourse of mass-media. The language functions in the society, which develops and evolves as a system, so it constantly needs support in the language and the reflections in the changes, and which in its turn stimulates linguistic processes. The significant peculiarity of vocabulary is its inherent direction to the phenomena of reality, that's why it is the vocabulary that reflects all the changes happening in the public life, which inevitably leads to the formation of new nominations. New vocabulary in mass-media is of peculiar interest to scholars as a word in this sphere of life should possess expressiveness, draw the attention of the audience for which in some cases lexical units capable of fulfilling a certain communicative task are formed. And it is the mass-media that spread these new words and are the means of their popularization. It is noted in the article that the reflection of a language personality in a lexico-semantic system takes place by means of verbal evaluations. The evaluation in itself is a category of a person, it concerns a person and everything which is somehow connected with them, it affects the physical, mental and social entity of a person. The evaluation represents a person as an aim to which the whole world is turned. The most frequent means of creating an evaluation are proper names, precedent names and a derogatory component of connotation of the words related to politics. The article underlines that the analysis of new political words in English contributes to the understanding of typical and specific peculiarities of a people by a language personality, and conceptual values of the people based on their mentality and typical traits of the ethnos are singled out as a result of cultural interpretation of the analyzed units.*

**KEYWORDS:** *neologism; political nomination; mass-media discourse; evaluation; proper name; precedent name.*

**ABOUT THE AUTHOR:** *Katermina Veronika Viktorovna, Doctor of Philology, Professor of Department of English Philology, Kuban State University, Krasnodar, Russia.*

#### REFERENCES

1. Alekseeva E. V. Ad'ektivnye novoobrazovaniya v sovremennom russkom yazyke : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — SPb., 2011.
2. Antyufeeva Yu. N. Angliyskie novoobrazovaniya v razvitiit: potentsial'noe slovo, okkazyonalizm, neologizm : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Belgorod, 2004.
3. Dubskikh A. I. Mass-medial'nyy diskurs: opredelenie, kharakteristiki, priznaki // Vestn. YuUrGU. Ser.: Lingvistika. 2014. №1. S. 131—136.

9. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. — Екатеринбург : УрГПУ, 2007. 207 с.

10. Подкопаева Е. П. Властные отношения: моделирование посредством концепции риторической коммуникации. URL: <http://www.ehu.by/smschool/docs/podkopayeva.doc> (дата обращения: 02.08.2007).

11. Соколова Г. Г. Составляющие коннотативного значения фразеологических единиц // Лингвистические проблемы перевода. — М. : Изд-во МГУ, 1981. С. 54—62.

12. Страмной А. В. Газетный текст как источник неологизмов (на материале русской и французской прессы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2007.

13. A blog from Cambridge dictionary. URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms>.

14. Conboy M. The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives. — London : Continuum, 2010. 184 p.

15. Cosslett R. L. Hooray for the Milifans. They can change the world for the better // The Guardian. 2015. 22 Apr. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/apr/22/hooray-milifans-teenage-girls-milifandom-twitter-miliband>.

16. Elgot J. How 'shy Tories' confounded the polls and gave David Cameron victory // The Guardian. 2015. 8 May. URL: <http://www.theguardian.com/politics/2015/may/08/election-2015-how-shy-tories-confounded-polls-cameron-victory>.

17. Foster P. Donald Trump and Boris Johnson could be leading the English-speaking world by Christmas // The Telegraph. 2016. 22 Feb. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/newstoppers/eureferendum/12168728/Donald-Trump-and-Boris-Johnson-could-be-leading-the-English-speaking-world-by-Christmas.html>.

18. Gee P. J. An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method. — New York : Taylor & Francis e-Library, 2001. 176 p.

19. Lorimer R., Scannell P. Mass communications: a comparative introduction. — Manchester : Manchester Univ. Pr., 1994. 318 p.

20. Macmillan dictionary. URL: <http://www.macmillan.com/>.

21. National Affairs. URL: <http://www.nationalaffairs.com/>.

22. Urban dictionary. URL: <http://www.urbandictionary.com/>.

23. WNYC: Leonard Lopate Show (US culture and current affairs). 2016. 13 Jan.

24. Word Spy. URL: <http://www.wordspy.com/>.

7. Murzakov A. A. Funktsional'no-pragmaticheskie aspekty sliyaniya v angliyskom yazyke : avtoref. kand. ... filol. nauk. — SPb., 2013.
8. Nazarov M. M. Massovaya kommunikatsiya v sovremennom mire: metodologiya analiza i praktika issledovaniy. — M. : URSS, 2000. 240 s.
9. Nakhimova E. A. Pretsedentnye imena v massovoy kommunikatsii. — Ekaterinburg : UrGPU, 2007. 207 s.
10. Podkopaeva E. P. Vlastnye otnosheniya: modelirovanie posredstvom kontseptsii ritoricheskoy kommunikatsii. URL: <http://www.ehu.by/smschool/docs/podkopayeva.doc> (data obrashcheniya: 02.08.2007).
11. Sokolova G. G. Sostavlyayushchie konnotativnogo znacheniya frazeologicheskikh edinits // Lingvisticheskie problemy perevoda. — M. : Izd-vo MGU, 1981. S. 54—62.
12. Stramnoy A. V. Gazetnyy tekst kak istochnik neologizmov (na materiale russkoy i frantsuzskoy pressy) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Volgograd, 2007.
13. A blog from Cambridge dictionary. URL: <http://dictionaryblog.cambridge.org/tag/neologisms>.
14. Conboy M. The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives. — London : Continuum, 2010. 184 p.
15. Cosslett R. L. Hooray for the Milifans. They can change the world for the better // The Guardian. 2015. 22 Apr. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/apr/22/hooray-milifans-teenage-girls-milifandom-twitter-miliband>.
16. Elgot J. How 'shy Tories' confounded the polls and gave David Cameron victory // The Guardian. 2015. 8 May. URL: <http://www.theguardian.com/politics/2015/may/08/election-2015-how-shy-tories-confounded-polls-cameron-victory>.
17. Foster P. Donald Trump and Boris Johnson could be leading the English-speaking world by Christmas // The Telegraph. 2016. 22 Feb. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/eureferendum/12168728/Donald-Trump-and-Boris-Johnson-could-be-leading-the-English-speaking-world-by-Christmas.html>.
18. Gee P. J. An Introduction to Discourse Analysis. Theory and Method. — New York : Taylor & Francis e-Library, 2001. 176 p.
19. Lorimer R., Scannell P. Mass communications: a comparative introduction. — Manchester : Manchester Univ. Pr., 1994. 318 p.
20. Macmillian dictionary. URL: <http://www.macmillandictionary.com/>.
21. National Affairs. URL: <http://www.nationalaffairs.com/>.
22. Urban dictionary. URL: <http://www.urbandictionary.com/>.
23. WNYC: Leonard Lopate Show (US culture and current affairs). 2016. 13 Jan.
24. Word Spy. URL: <http://www.wordspy.com/>.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Т. М. Грушевская.**