

УДК 811.111

DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-54-64

СЕМАНТИКА ОБЩЕПОТРЕБИТЕЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ В ОПИСАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ОПИСАНИЯ БРЕКСИТА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ)

Двойнина Е. В.

Российская таможенная академия

110015, Московская обл., г. Люберцы, Комсомольский проспект, д. 4, Российская Федерация

Аннотация

Цель. Выявление семантических особенностей лексики в характеристике Брексита как явления в заголовках статей англоязычного новостного дискурса.

Процедура и методы. Рассмотрены основные семантические группы общеупотребительной лексики, использованные в описании событий Брексита. При проведении исследования применены методы наблюдения, обобщения, описания и интерпретации результатов, дискурсивный и количественный анализ.

Результаты. Выявлены и проанализированы основные семантические группы общеупотребительной лексики, с помощью которых осуществляется воздействие на восприятие реципиента и формируется его оценка Брексита. Сделаны выводы о прагматическом потенциале и эффекте различных семантических групп слов и оценены приёмы, позволяющие снижать положительную прагматическую направленность слов и осуществлять эффективное воздействие семантики этих слов на реципиента.

Теоретическая и/или практическая значимость. Результаты исследования вносят вклад в исследования лексикологии английского языка и речевого воздействия и могут быть востребованы в практике обучения английскому языку.

Ключевые слова: семантика, прагматическая направленность, прагматический потенциал, воздействие, коннотация, оценка

SEMANTICS OF COMMON VOCABULARY IN THE DESCRIPTION OF ECONOMIC PHENOMENA (BASED ON BREXIT DESCRIPTION IN ENGLISH NEWS DISCOURSE)

E. Dvoynina

Russian Customs Academy

Komsomolskiy prospect 4, Lyubertsy 110015, Moscovskaya oblast, Moscow Region, Russian Federation

Abstract

Aim is to identify semantic features of vocabulary in the characteristics of Brexit as a phenomenon in the headlines of articles in English-language news discourse.

Methodology. The main semantic groups of common vocabulary used in the description of Brexit events are considered. The methods of observation, generalization, description and interpretation of the results, discursive and quantitative analysis were used in the study.

Results. The main semantic groups of commonly used vocabulary are identified and analyzed. They help to influence the recipient's perception and his to form the assessment. The author draws the conclusions about the pragmatic potential and effect of various semantic groups of words and techniques, that allow to reduce the positive pragmatic orientation and carry out effective impact on the perception of a recipient.

Research implications. The results of the study contribute to the theory of linguistic expertise, discourse analysis and speech impact.

Keywords: semantics, pragmatic orientation, pragmatic potential, impact, connotation, assessment

Введение

Всем известна фраза Н. М. Ротшильда: «Кто владеет информацией, тот владеет миром». Однако для достижения целей информацией мало владеть, необходимо уметь её применять. Именно благодаря использованию информации современные СМИ стали влиятельны в социуме [4]. Следует отметить, что в процессе эволюции СМИ и успешного освоения ими цифрового пространства информирующая и воздействующая функции СМИ образовали столь тесный симбиоз, что нейтральные сообщения, а тем более заголовки сообщений, найти практически невозможно. И пространство интернета позволяет усилить данное явление, поскольку основной текст статьи скрыт от читателя, и первичное оценивание значимости и привлекательности содержания статьи происходит на уровне заголовка.

Заголовок – не просто обязательное яркое начало статьи. Это «потенциально свернутый знак» [1, с. 794], «один из основных структурных элементов текста» [10, с. 127]. Огромное количество работ посвящено исследованию специфики заголовка. Мы можем выделить следующие основные черты этого элемента текста.

Во-первых, заголовок обладает множеством характеристик, таких как информативность, экспрессивность, оценочность, аттрактивность, рекламность [8].

Во-вторых, заголовок обладает высокой степенью адаптивности, и вместе с развитием СМИ и информационных технологий успешно переключался из газетных текстов в рекламные объявления, анонсы телевизионных новостных сообщений, интернет-сайтов и изданий и продолжает успешно выполнять свои разнообразные функции: рекламно-сенсационную, информационно-разъяснительную (или информативную), функцию привлечения внимания, убеждения, декоративную, экспрессивно-оценочную, побудительную, рекламную, номинативную, графически-выделительную и контактную [2; 5; 6; 7; 9].

В-третьих, исследователи обращают внимание на противоречивую природу заголовка, из-за которой его можно считать и неотъемлемой (заголовок не существует сам по себе и связан с текстом статьи), и абсолютно автономной частью текста (учитывая его информативную и выразительную функции) [12]. Противоречивость его природы, на которую указывают как российские, так и зарубежные исследователи¹ [13–15],

¹ См. также: Nordquist R. What Is Headlines? Why Headlines Are Almost Never Sentences [Электронный ресурс] // ThoughtCo: [сайт]. URL: <https://www.thoughtco.com/what-is-headlines-1690921> (дата обращения: 28.01.2022); Silva C. Headlines Articles Analysis and NLP [Электронный ресурс] // Towards Data Science: [сайт]. URL: <https://towardsdatascience.com/headlines-articles-analysis-and-nlp->

позволяет считать заголовок таким элементом текста сообщения, который является «семантически, прагматически и функционально связанным с текстом сообщения», но стоящим вне его [11, с. 19.]. Эту особенность активно эксплуатируют электронные издания, в которых читатель видит на странице исключительно перечень заголовков и не видит полного текста статьи.

Типы заголовка также разнообразны. С точки зрения выполняемых функций можно выделить рациональный, эмоциональный, возбуждающий любопытство, аттрактивный, провоцирующий и вопросительный¹, фактуальный (передающий информацию, эксплицитную по своей природе, максимально объективно), персуазивный (закрывающий в себе суждение или умозаключение, выражающее результат осмысления явлений реальной действительности адресантом, цель которого убедить адресата в истинности суждений адресанта) и директивный (передающий суждения или умозаключения адресанта, являющиеся результатом его восприятия и осмысления реальной действительности, которые призваны побудить реципиента к совершению конкретных неречевых действий) [3].

Благодаря своей многоаспектности заголовок является предметом пристального изучения различных наук: филологии, журналистики, социологии, стилистики и т. д.

Поскольку первичная оценка значимости содержания статьи происходит на уровне заголовка, особую важность приобретает семантика слов, которые автор статьи использует для информирования, воздействия на эмоциональную сферу реципиента и формирования оценки происходящего.

Брексит, т. е. выход Великобритании из ЕС, стал фактом 1 февраля 2020 года.

4013a66dbac (дата обращения: 28.01.2022).

¹ См.: Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста: учебно-практическое пособие. СПб.: Изд-во «Петербургский институт печати», 2003. 232 с.

Это явление отразилось на социальной, экономической и политической жизни Великобритании². Мы предполагаем, что, поскольку слово «Брексит» – это термин нейтральный по своему значению, оценка этого явления и воздействие на восприятие реципиентами будет осуществляться при помощи семантики других слов, использованных в заголовках при описании этого события в новостном дискурсе. Изучение особенностей семантики общеупотребительной лексики и стало целью этой статьи и предопределило её задачи: рассмотреть и проанализировать заголовки новостных сообщений СМИ Британии, в которых содержится термин «Брексит» или события, с ним связанные, его оценка; выявить особенности семантики слов, использованных в описании или оценке этого явления; оценить, какой прагматический эффект семантика слов, описывающих его, оказывает на реципиента, и каков характер этого воздействия.

В качестве материала работы мы обратились к интернет-изданиям таких влиятельных газет, как “The Times”³ и “The Guardian”⁴, а также одному из двух самых авторитетных общественных вещателей Великобритании – BBC⁵. Актуальность данного исследования обусловлена тем, что впервые рассматриваются и анализируются особенности семантики слов, использованных в заголовках статей, по-

² См., например: Fair T., Hagan R., Saxena A. Huge border row erupts as First Minister declares end EU checks [Электронный ресурс] // Express: [сайт]. URL: <https://www.express.co.uk/news/politics/1556539/brexit-live-liz-truss-eu-northern-Ireland-protocol-maros-sefcovic-trumpian-move> (дата обращения: 28.01.2022); Cowburn A., Forrest A. Brexit: Liz Truss given February deadline by DUP to fix protocol [Электронный ресурс] // Independent: [сайт]. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/brexit-liz-truss-protocol-dup-b2002364.html> (дата обращения: 28.01.2022).

³ The Times & The Sunday Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thetimes.co.uk> (дата обращения: 28.02.2022).

⁴ The Guardian [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com> (дата обращения: 28.02.2022).

⁵ BBC [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com> (дата обращения: 28.02.2022).

свящённых Брекситу, делаются выводы о прагматическом потенциале и характере воздействия на восприятие реципиента.

Анализ общеупотребительной лексики с нейтральной и положительной семантикой

Любое событие в СМИ может оцениваться как нейтральное, позитивное или отрицательное. Логично было бы предположить, что СМИ будут стремиться к объективной и нейтральной интерпретации событий и явлений Брексита. Следует отметить, что группа слов с нейтральной оценкой самая малочисленная:

NI Supermarkets face new rules for GB meat products (Супермаркеты Северной Ирландии ждут новые правила для мясных продуктов из Великобритании); *Clothes to flowers: What Brexit changed for us* (От одежды до цветов: что для нас изменил Брексит); *Five changes to UK life since Brexit* (Пять изменений в жизни в Великобритании с начала Брексита).

Обращает на себя внимание тот факт, что лишь в случае со словом “change” (менять) можно было бы говорить об отсутствии какой-либо оценки данного события. Однако часто нейтральная оценка превращается в отрицательную в сочетании с другими словами, например: *Brexit trade change ‘challenging’ for car industry* (Изменения в торговле из-за Брексита «бросают вызов» автомобильной промышленности).

Кроме того, хотя слово “new” (новый) обычно содержит положительную оценку, в данном случае положительная оценка неочевидна, так как оно использовано вместе со словом “face” (сталкиваться, подвергаться, грозить). Данный контекст показывает, что в изменениях таится опасность, и у читателя возникают сомнения, что новшества будут к лучшему.

Вторая по численности семантическая группа – «позитивные перемены, улучшение ситуации». В этой группе можно выделить следующие семы:

«рост»:

Northern Ireland businesses increase value of external sales (Бизнес в Северной Ирландии наращивает объём внешней торговли); *Northern Ireland sees fastest economic output rise since 2014* (Северная Ирландия наблюдает самый быстрый рост экономического производства с 2014 года); *Sharp increase in trade across Irish border* (Резкий рост торговли на границе с Ирландией); *Freight traffic between Welsh and Irish ports rises after slump* (Число грузовых перевозок между портами Уэльса и Ирландии растёт после спада);

«улучшение»:

UK exports to Ireland show ‘sharp improvement’ (Экспорт Великобритании в Ирландию показывает «резкое улучшение»); *Irish Sea border trade service ‘gradually improving’* (Торговля на морской границе с Ирландией «постепенно улучшается»);

«выгода»:

Port ‘benefitting’ from NI Protocol grace periods (Портам «выгодны» льготные периоды в протоколе по Северной Ирландии); *NI Protocol ‘beneficial’ to seafood sector* (Протокол по Северной Ирландии «выгоден» для сектора морепродуктов); *Brexit: NI Protocol ‘positive for NI’s seafood sector’* (Протокол по Северной Ирландии «позитивен» для сектора морепродуктов);

«возрождение»:

UK exports to Ireland partially recover (Экспорт Великобритании в Ирландию частично восстанавливается); *UK exports to EU rebound after January’s slump* (Экспорт Великобритании в ЕС восстанавливается после январского падения);

«успех»:

UK’s NI protocol strategy successful, says Coveney (Стратегия Великобритании в Протоколе по Северной Ирландии успешна, говорит Ковни);

«упрощение»:

Visa scheme planned to ease lorry driver shortage (Запланировано введение схемы получения виз, которая облегчит проблему нехватки водителей грузовиков); *Seasonal scheme ‘could ease food worker shortage’* (Схемы сезонного найма «могли бы об-

легчить проблему нехватки работников в пищевой промышленности»); *Brexit issues 'easing at Irish ports'* (Проблемы Брексита «упрощаются в ирландских портах»).

На первый взгляд может показаться, что использование сем с позитивным значением оказывает положительное воздействие на реципиента и формирует в его восприятии положительное отношение к ситуации. Однако, это не так.

Во-первых, обращает на себя внимание тот факт, что подавляющее большинство заголовков статей в данном разделе относятся исключительно к сфере внешней торговли.

Во-вторых, во многих заголовках слова про улучшение взяты в кавычки. И, например, если читатель прочитает текст статей под заголовками *NI Protocol 'beneficial' to seafood sector* (Протокол по Северной Ирландии «выгоден» для сектора морепродуктов); *Brexit: NI Protocol 'positive for NI's seafood sector'* (Протокол с Северной Ирландией «позитивен» для сектора морепродуктов), то он узнает, что кавычки означают не цитату, а переносное значение. Двусмысленность кавычек в данном случае позволяет автору статьи усилить воздействие на реципиента. Благодаря этому положительная оценка и коннотация, по сути, становятся негативными и отрицательными. Более того, такая структура заголовка не успокаивает читателя, а показывает противоречивость явления и вовлекает его в спор по сложной проблеме. Если же читатель удовлетворится только информацией заголовка, то получается, что СМИ настраивают общественное мнение против Северной Ирландии, ведь она лишь выигрывает от выхода из ЕС, и, тем не менее, ещё чем-то недовольна. В результате, на восприятие и оценку пользователя опять оказывается отрицательное воздействие, несмотря на то, что слова имеют положительные и семантическое значение, и коннотацию.

В-третьих, позитивный прагматический потенциал слов с положительной

оценкой существенно снижается, когда в тех же заголовках используются слова с яркими отрицательными коннотациями, например: *Starting pay 'rises sharply' as staff supply falls* (Первоначальный уровень зарплаты «резко растёт» на фоне сокращения числа работников).

В-четвёртых, безусловно, глагол “ease”, использованный авторами заголовков, имеет положительные коннотации. Однако, позитивного положительного потенциала опять недостаточно, чтобы изменить характер воздействия с негативного на позитивный.

В-пятых, некоторые наречия, например, “partially” и “gradually”, дополнительно снижают позитивный прагматический потенциал.

Таким образом, исследованный материал показывает, что слова с положительной семантикой и коннотациями, безусловно, имеют большой аттрактивный и прагматический потенциал, однако из-за малочисленности заголовков с этими семантическими группами слов его явно недостаточно для оказания позитивного воздействия на восприятие реципиента.

Анализ общеупотребительной лексики с отрицательной семантикой

В подавляющем большинстве заголовков (286) использованы слова с отрицательной семантикой и негативной оценкой. Кроме того, семантические группы слов отличаются большим разнообразием.

1. В первую очередь, следует отметить семантическую группу «противостояние, конфликт». Она представлена следующими семами:

«ссора»:

внутри страны: *Parties divided on UK call to amend NI Protocol* (Партии разделились из-за призыва Британии внести поправки в Протокол по Северной Ирландии);

с Францией на границе: *UK boat detained by France amid fishing rights row* (Британские суда задержаны во Франции

из-за ссоры о распределении прав в сфере рыбной ловли);

с Францией на дипломатическом уровне: *UK summons French ambassador amid fishing row* (Британия вызывает посла Франции во время ссоры о рыбной ловле);

с ЕС по геополитическим вопросам: *UK row with EU over Gibraltar's post-Brexit status* (Британия ссорится с ЕС из-за статуса Гибралтара после Брексита);

с ЕС по экономическим вопросам: *EU and UK 'still at odds' over subsidy rules* (ЕС и Британия все ещё «на ножках» из-за правил выплаты субсидий);

с Северной Ирландией: *NI leaders at odds on Irish sea border meeting* (Лидеры Северной Ирландии выражают несогласие на встрече по вопросу об ирландской морской границе). Проблема несёт угрозу целостности страны: *PM pledges to protect UK integrity amid EU row* (Премьер клянётся защищать целостность Британии в ссоре с ЕС);

Брексит спровоцировал конфликт даже в спорте: *Why politicians dived into the ESL football row* (Почему политикам пришлось погрузиться в ссору Европейской футбольной суперлиги).

«протест, бунт»:

Hundreds gather in Ards to protest Irish Sea border (Сотни собрались в Ардсе, чтобы защитить морскую границу на Ирландском море); *Jersey fishing protest: 'The answer is diplomacy'* (Рыболовный протест в Джерси: «Ответ в дипломатии»); *NI riots: What is Brexit doing to Northern Ireland?* (Бунты в Северной Ирландии: Что делает Брексит с Северной Ирландией).

Оксюморон в заголовке *"Sausages, riots and the Northern Ireland Protocol"* (Сосиски, протесты и Протокол по Северной Ирландии) лишь усиливает ощущение хаоса, охватившего все сферы общества.

«напряжение, трения»:

PM visits Northern Ireland amid unionist tension (Премьер посещает Северную Ирландию на фоне трений с юнионистами); *NI official being sent to US amid UK-EU ten-*

sions (Представитель Северной Ирландии направлен в США на фоне трений Британии с ЕС); *Farmers' opposition to UK-Australia trade deal grows* (Нарастает оппозиция по торговым переговорам Британии и Австралии); *Jersey 'conceded to pressure' over fishing permits* (Джерси уступает давлению по вопросу о рыболовных лицензиях); *'Clear opportunities and frictions' in NI Protocol* («Реальные возможности и трения» в протоколе по Северной Ирландии); *Far more than fish: Risks of rising EU-UK tensions* (Больше, чем рыба: проблема возникновения трений между Британией и ЕС).

2. Не менее разнообразна семантика слов в группе «негативные изменения».

«нехватка, дефицит». Анализ этой семантической группы слов показывает, что в Британии ощущается нехватка всего от топлива (*Fuel shortage could hit food banks, warns charity* (Благотворительные организации предупреждают о негативном эффекте дефицита топлива на продовольственные фонды)) и продуктов питания, некоторые из которых являются, по сути, символом благополучия и старых, добрых британских традиций: *Christmas turkey shortage likely, farmers warn* (Фермеры предупреждают о дефиците рождественских индеек); *M&S to cut Christmas products in Northern Ireland* (Маркс и Спенсер сокращает ассортимент рождественских продуктов в Северной Ирландии), – до персонала во всех отраслях промышленности: *Ros Atkins on ... lorry driver shortages* (Рос Аткинс о ... дефиците водителей грузовиков); *Price rise fear for shoppers 'due to driver shortage'* (Потребители опасаются роста цен из-за «дефицита водителей»); *Hospitality industry 'desperately' short-staffed* (Гостиничный бизнес «отчаянно» нуждается в персонале); *Restaurant stops serving lunch due to lack of staff* (Рестораны перестают подавать ланч из-за нехватки персонала); *Farmer told to dump milk over HGV driver shortage* (фермер сообщил, что вынужден выливать молоко из-за дефицита водите-

лей); *Fruit picker shortage spreads to Christmas workers* (Дефицит сезонных рабочих распространяется на временных работников во время Рождества); *Staff shortages hitting supermarket shelves* (дефицит персонала бьёт по магазинным полкам); *Butcher shortage could lead to culling of pigs* (Дефицит мясников может привести к массовому отстрелу свиней).

В ряде случаев виновник проблемы назван прямо: *Care home boss blames Brexit for staff shortage* (Начальник дома престарелых винит Брексит в дефиците персонала); *Farming labour shortage due to Brexit and pandemic* (Дефицит наёмных рабочих на фермах из-за Брексита и пандемии). Брексит персонифицируется: *Brexit sees M&S cut hundreds of products in NI* (Брексит становится свидетелем того, как Марк и Спенсер сокращает ассортимент из сотни продуктов в Северной Ирландии).

В этой группе также следует выделить следующие семы:

«разорение, увеличение расходов»:

Brexit changes will add to soaring costs in 2022, warn UK manufacturers (Изменения, связанные с Брекситом, усугубят резкий рост расходов в 2022 году, предупреждают производители Британии); *NI losing out on tens of millions of EU funding* (Северная Ирландия теряет финансирование из ЕС на десятки миллионов); *Honda factory closes after making 3.7m cars* (Завод «Хонда» закрывается после производства 3,7 млн автомобилей); *UK food and drink exports to the EU almost halve* (Экспорт продуктов питания и напитков из Британии сократился вдвое); *Fishermen say incomes lost over licence delays* (Рыбаки теряют прибыль из-за задержек с выдачей лицензий). Особенно следует отметить заголовок *“Michelin star restaurant shuts blaming Brexit & Covid”* (Ресторан с мишленовскими звёздами закрывается, обвиняя Брексит и Ковид), где используется значок «&», который традиционно используется для обозначения партнёрства, что, по сути, приравнивает негативные эффекты Брексита к пандемии;

«вред»:

UK lost ‘significant’ access to EU police data (Британия потеряла доступ в базах данных полиции ЕС); *Brexit and Covid hit demand for exports from UK factories* (Брексит и Ковид наносят удар по экспорту с британских заводов); *Impact of Brexit on economy ‘worse than Covid’* (Брексит влияет на экономику хуже, чем Ковид); *Meat sector warns of Brexit production squeeze* (Мясная отрасль предупреждает о сокращении производства);

«задержка»:

Rules for moving goods from NI to GB to be delayed (Выпуск правил по перевозке грузов задерживается); *Bin delays blamed on Covid and driver shortage* (В задержках с вывозом мусора обвиняются Ковид и дефицит водителей). И здесь Брексит и Ковид «действуют сообща»: *Brexit and Covid blamed for bin collection delays* (Брексит и Ковид виноваты в задержках с вывозом мусора).

3. Семантическая группа слов «критическая ситуация» представлена следующими семами:

«проблема, сложность»:

NI Protocol is ‘only solution’ despite challenges (Протокол по Северной Ирландии «единственный выход» несмотря на сложности); *Why touring in EU is problematic for British bands* (Почему британским группам сложно выступать с гастрольями в ЕС); *Irish cross-border trade rise ‘a problem’, UK says* (Трансграничная торговля с Ирландией «провоцирует проблему»); *EU agri-food deal ‘difficult to reach’ – Frost* (Фрост заявляет, что сложно достичь соглашения с ЕС по сельскохозяйственной продукции);

«кризис»:

Plea to PM over post-Brexit touring ‘crisis’ (Обращение к Премьеру о туристическом «кризисе» после Брексита);

«катастрофа, разрушение»:

Sir Elton John fears musicians face ‘catastrophe’ (Сэр Элтон Джон опасается, что музыкантам грозит катастрофа); *No need for chaos at fuel stations, says boss* (Нам не

нужен хаос на заправках); *Business disruption needs to be fixed, says Lewis* (Льюис заявляет, что «Разруху в бизнесе необходимо устранить»); *Brexit: 'the biggest disaster any government has ever negotiated* (Брексит: самая большая катастрофа, которую нам устроило правительство);

«опасность»:

Food production in the UK at risk, warns industry («Пищевая промышленность в Британии в опасности», – предупреждают промышленники); *EU citizens 'at risk of deportation' post-Brexit* (Гражданам ЕС «грозит» депортация после Брексита); *'Patients at risk' if medicines withdrawn from NI* (Есть угроза жизни пациентам, если в Северную Ирландию перестанут поступать медикаменты); *'Threat to public safety' from lack of club bouncers* (Угроза общественной безопасности из-за нехватки клубных вышибал); *UK 'risks falling behind' EU on workers' rights* (Британия «рискует» отстать от ЕС в плане защиты прав рабочих); *Jewish community 'at risk' over chilled meat ban* (Еврейскому сообществу грозит опасность из-за запрета на охлажденное мясо); *UK-NZ deal a serious threat to NI farmers – Poots* (Путс заявляет, что договор между Британией и Новой Зеландией является угрозой для ирландских фермеров). Иногда сообщения звучат как военные сводки: *UK warns France it could retaliate in fishing row* (Британия предупреждает Францию о возможности ответного удара в рыболовецком споре);

«нестабильность»:

NI Protocol could cause 'instability', MPs told (Члены парламента говорят, что Протокол по Северной Ирландии может вызвать «нестабильность»); *'Level of uncertainty' for automotive industry* (Уровень неуверенности в автомобилестроении); *Triggering Article 16 'would provoke instability'* (Попытки продавить Протокол по Северной Ирландии «могут спровоцировать нестабильность»).

4. Семантическая группа «эмоции» представлена семами:

«беспокойство»:

Frost concerned over EU comments on NI Protocol (Фрост обеспокоен комментариями ЕС по протоколу по Северной Ирландии); *Farmers raise concerns over Australia trade deal* (Фермеры выражают обеспокоенность по торговому соглашению с Австралией);

«злость»:

French anger as UK rejects most fishing permits (Франция злится, так как Британия отозвала большинство рыболовных лицензий); *Anger over UK's failure to get Norway fish deal* (Злость из-за провала попытки договориться с Норвегией о рыбной ловле);

«страх»:

Australian trade deal fears justified, says expert (Эксперты заявляют, что оправдались худшие опасения по поводу торговой сделки с Австралией); *Food price rise fears amid staff shortages* (Люди боятся роста цен на фоне дефицита персонала);

«разочарование»:

NI firms 'disappointed' over cash-back delay (Северная Ирландия «разочарована» задержками в системе кешбэк); *One third of UK farmers could be depressed* (Треть фермеров находится в депрессии);

«ненависть»:

'A frenzy of hatred': how to understand Brexit racism («Безумие ненависти»: как понять расизм Брексита).

Следует обратить внимание на отсутствие заголовков, в которых Брексит характеризуется просто словом “bad”. Такие характеристики возможны только в индизонаторном варианте: *'No-one on Earth knows if Brexit good idea – Cummings* (Каммингс заявляет: «Никто на свете не может сказать, хорошая ли идея Брексит»). Однако, авторы статей допускают это в характеристике событий и явлений, связанных с ним: *Government 'knew NI Protocol was bad deal'* (Правительство знало, что Протокол по Северной Ирландии – это плохой договор); *North-south relationships 'have never been as bad'* (Отношения севера и юга никогда не были хуже). Тем не менее, сема «плохой» часто присутствует

в качестве дополнительной в оценке многих явлений: *EU medicine supply plans for NI 'unworkable'* (Планы ЕС по поставкам медикаментов в Ирландию «неработоспособны»); *Immigration system 'not meeting' Scotland's needs* (Система иммиграции не отвечает запросам Шотландии).

Заключение

Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, хотя сам термин «Брексит» является семантически нейтральным, анализ семантики слов, использованных для описания Брексита или событий и явлений, связанных с ним, показывает, что в подавляющем большинстве семантика слов демонстрирует отрицательное значение.

Во-вторых, авторы сообщений стремятся избегать явной негативной оценки этого события в заголовках, поскольку количество случаев, когда слово Брексит становится синонимом слов «катастрофа» и «разруха» или используется при-

лагательное “bad” (плохой), минимально. Тем не менее, большинство семантических групп слов выражают отрицательную оценку данного явления.

В-третьих, поскольку подавляющее число семантических групп слов имеют отрицательное значение и негативную оценку, их прагматическое воздействие на реципиента также носит негативный характер.

В-четвёртых, нельзя утверждать, что слова с положительной семантикой в характеристике Брексита полностью отсутствуют, однако из-за контекста положительный воздействующий потенциал таких слов существенно снижается.

В-пятых, в течение года семантика слов, характеризующих Брексит, прагматический эффект и характер оказываемого ими воздействия не изменились, что способствует усилению негативного воздействия на восприятие реципиента.

Дата поступления в редакцию 02.02.2022

ЛИТЕРАТУРА

1. Белова Ю. А. Смысл газетного заголовка: трудности интерпретации // Вестник Башкирского университета. 2013. Т. 18. № 3. С. 794–796.
2. Власко Н. К. Использование материалов Британских газет в практике преподавания английского языка // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. №11-2. С. 30–33.
3. Гедгафова Н. А. Специфика иллокутивных моделей заголовков англоязычных газетных статей информационного жанра // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2017. № 2. С. 170–181.
4. Гордиенко Е. В. Выражение категории оценки в британских газетных заголовках // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 18 (816). С. 74–85.
5. Комаров Е. Н. СМИ и современная ценностная картина мира // Евразийский союз ученых. 2014. № 5-4 (5). С. 30–33.
6. Мужев В. С. О функциях заголовков // Ученые записки Московского государственного педагогического института иностранных языков им. М. Тореза. 1970. № 55. С. 1–8.
7. Некрасова А. С. Виды, типы, функции газетного заголовка и его место в тексте статьи СМИ // Актуальные проблемы филологии: материалы III Международной научной конференции (г. Казань, май 2018 г.). Казань: Молодой ученый, 2018. С. 27–31.
8. Никифорова Ж. А. Проблема автономности заголовка в структуре гипертекста газетного номера // Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 11 (192). С. 87–92.
9. Сергеева Д. С. Лингвистические приемы формирования имиджа в медийном пространстве (на материале заголовков газетных статей) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2016. Т. 15. № 3. С. 179–187. DOI: 10.15688/jvolsu2.2016.3.20.
10. Сосунова Г. А. Заголовок как концепт текста французской таможенной прессы // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2016. № 3. С. 126–132. DOI: 10.18384/2310-712X-2016-3-126-132.

11. Фаткабрарова Ю. М. Слова-«хамелеоны» в языке СМИ // Русская речь. 2007. № 5. С. 54–56.
12. Хазажеров Г. Г. Риторика, грамматика, словообразование // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2018. Т. 22. № 2. С. 357–372. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-2-357-372.
13. House J. Translation as a Prime Player in Intercultural Communication // Applied Linguistics. 2020. Vol. 41. Iss. 1. P. 10–29. DOI: 10.1093/applin/amz007.
14. Mason S., Hajek J. Language Education and Language Ideologies in Australian Print Media // Applied Linguistics. 2020. Vol. 41. Iss. 2. P. 215–233. DOI: 10.1093/applin/amy052.
15. Poole B. Should we regard question-based media headlines as clickbait?: A discussion of Betteridge's Law and related issues // English Today. First View. 2021. July. P. 1–6. DOI: 10.1017/S0266078421000201.

REFERENCES

1. Belova Yu. A. [Sense of a headline: interpretation difficulties]. In: *Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Bulletin of Bashkir University], 2013, vol. 18, no. 3, pp. 794–796.
2. Vlasko N. K. [The use of materials from British newspapers in the practice of teaching English]. In: *Aktual'nyye problemy gumanitarnykh i yestestvennykh nauk* [Actual problems of the humanities and natural sciences], 2016, no. 11-2, pp. 30–33.
3. Gedgafova N. A. [Specificity of illocutionary models of headlines in English-language newspaper articles of the informative genre]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya* [Moscow University Philology Bulletin], 2017, no. 2, pp. 170–181.
4. Gordiyenko Ye. V. [Expression of the category of evaluation in British newspaper headlines]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki* [Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities], 2018, no. 18 (816), pp. 74–85.
5. Komarov E. N. [Media and modern value picture of the world]. In: *Yevraziyskiy soyuz uchenykh* [Eurasian Union of Scientists], 2014, no. 5-4 (5), pp. 30–33.
6. Muzhev V. S. [On the functions of headings]. In: *Uchenyye zapiski Moskovskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo instituta inostrannykh yazykov im. M. Tõreza* [Scientific Notes of Maurice Thorez Moscow State Pedagogical Institute of Foreign Languages], 1970, no. 55, pp. 1–8.
7. Nekrasova A. S. [Types, types, functions of a newspaper headline and its place in the text of a media article]. In: *Aktual'nyye problemy filologii: materialy III Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (g. Kazan', may 2018 g.)* [Actual problems of philology: materials of the III International Scientific Conference (Kazan, May 2018)]. Kazan, Molodoy uchenyy Publ., 2018, pp. 27–31.
8. Nikiforova Zh. A. [The problem of title autonomy in the structure of the hypertext of a newspaper issue]. In: *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], 2010, no. 11 (192), pp. 87–92.
9. Sergeeva D. S. [Linguistic techniques of image modeling in media space (as exemplified in newspaper headings)]. In: *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2016, vol. 15, no. 3, pp. 179–187. DOI: 10.15688/jvolsu2.2016.3.20.
10. Sosunova G. A. [Headlines as a main concept of the customs French press]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics], 2016, no. 3, pp. 126–132. DOI: 10.18384/2310-712X-2016-3-126-132.
11. Fatkabrarova Yu. M. [Words- "chameleons" in the language of the media]. In: *Russkaya rech'* [Russian speech], 2007, no. 5, pp. 54–56.
12. Khazagerov G. G. [Rhetoric, grammar, discourse and homeostasis]. In: *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Lingvistika* [Russian Journal of Linguistics], 2018, vol. 22, no. 2, pp. 357–372. DOI: 10.22363/2312-9182-2018-22-2-357-372.
13. House J. Translation as a Prime Player in Intercultural Communication. In: *Applied Linguistics*, 2020, vol. 41, iss. 1, pp. 10–29. DOI: 10.1093/applin/amz007.
14. Mason S., Hajek J. Language Education and Language Ideologies in Australian Print Media. In: *Applied Linguistics*, 2020, vol. 41, iss. 2, pp. 215–233. DOI: 10.1093/applin/amy052.
15. Poole B. Should we regard question-based media headlines as clickbait?: A discussion of Betteridge's Law and related issues. In: *English Today. First View*, 2021, July, pp. 1–6. DOI: 10.1017/S0266078421000201.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Двойнина Екатерина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка в таможенной деятельности Российской таможенной академии;
e-mail: dvoynina@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ekaterina V. Dvoynina – Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Department of English in Customs Activities, Russian Customs Academy;
e-mail: dvoynina@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Двойнина Е. В. Семантика общеупотребительной лексики в описании экономических явлений (на примере описания Брексита в англоязычном новостном дискурсе) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2022. № 3. С. 54–64.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-54-64

FOR CITATION

Dvoynina E. V. Semantics of common vocabulary in the description of economic phenomena (based on Brexit description in English news discourse). In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2022, no. 3, pp. 54–64.
DOI: 10.18384/2310-712X-2022-3-54-64